

**AKTIVITAS DAKWAH MELALUI POSTER DAK WAH DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM HIMPUNAN MAHASISWA PROGRAM
STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR**



SKRIPSI

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

Oleh:

AYU ALFA

NIM: 105271114620

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



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI


Skripsi Saudara (i), **Ayu Alfa**, NIM. 105271114620 yang berjudul **“Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah di Media Sosial Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.”** 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	: Dr. Meisil B. Wulur, S. Kom.I., M. Sos.I.	
Pembimbing II	: M. Zakaria Al Anshori, M. Sos.I.	

Disahkan Oleh :


Dekan FAI Unismuh Makassar,
Dr. Ymirah, 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 : Ayu Alfa

NIM : 105271114620

Judul Skripsi : Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah di Media Sosial Instagram
Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

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

NIDN. 0906077301

Sekretaris,

Dr. M. Ilham Mughtar, 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, FAKULTAS AGAMA ISLAM Unismuh Makassar,

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

NBM. 774 234

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Alfa

NIM : 105271114620

Fakultas/Prodi : Agama Islam/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai menyusun skripsi, saya menyusun dengan sendiri.
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun 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, 1 Dzulhijjah 1445 H
08 Juni 2024 M

Yang membuat pernyataan



Handwritten signature of Ayu Alfa in black ink.

Ayu Alfa
NIM: 105271114620

ABSTRAK

Ayu Alfa: 105271114620, “*Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah di Media Sosial Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar*”

Pokok masalah penelitian ini adalah: bagaimana dakwah melalui poster dakwah di media sosial instagram. Pokok masalah tersebut dirumuskan dalam tiga submasalah atau pertanyaan penelitian, yakni: 1) Bagaimana aktivitas dakwah melalui poster dakwah dalam akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam? 2) Bagaimana cara meningkatkan aktivitas dakwah melalui poster dakwah Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam? 3) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi aktivitas dakwah melalui poster dakwah dalam akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam?

Tipe penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, ialah sesuatu penelitian yang diperuntukan buat mendeskripsikan serta menganalisis fenomena, peristiwa, kegiatan, sosial, perilaku, keyakinan, anggapan, pemikiran orang baik orang ataupun secara kelompok. Penelitian ini dilakukan secara online yaitu pada akun instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Objek dari penelitian ini adalah yang bertanggung jawab atas poster dakwah pada akun Instagram @himaprodi_kpi_unismuh yaitu bidang humas dan it dan pengguna media sosial instagram.

Hasil dari penelitian ini yaitu segala macam aktivitas himpunan mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam universitas muhammadiyah makassar khususnya di bidang dakwah diambil alih oleh bidang yang bertanggung jawab yaitu bidang humas & IT dengan memanfaatkan salah satu media sosial Instagram. Salah satu media yang digunakan untuk berdakwah yaitu instagram dengan memanfaatkan berbagai fitur pada aplikasi instagram. Dengan cara memposting poster dakwah setiap tiga kali dalam sepekan.

Kata Kunci: Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	11
A. Kajian Teori	11
1. Aktivitas	11
2. Dakwah	16
3. Poster Dakwah.....	24
4. Media Masa	25
5. Media Sosial Instagram	27
B. Kerangka Konseptual.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	28

a. Desain Penelitian.....	28
b. Lokasi dan Objek Penelitian	31
c. Fokus Penelitian.....	31
d. Deskripsi Penelitian	32
e. Sumber Data.....	32
f. Teknik Pengumpulan Data.....	33
g. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	36
A. Latar Belakang Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.....	36
B. Akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
DOKUMENTASI.....	61

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah awt yang senantiasa memberi karunia kepada kita semua serta tuhan yang memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini , yang berjudul “Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah di Media Sosial Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar”. Salam dan salawat kepada nabi Muhammad saw yang menjadi suri tauladan bagi umat manusia. Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis mengakui bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat di dalamnya baik dari segi penulisan maupun dari segi isi. Kekurangan tersebut tidak terlepas sebagai makhluk tak luput dari kesalahan. Maka dari itu penulis meminta kebijaksanaan dari berbagai pihak untuk memberikan bantuan berupa teguran, saran, kritikan yang bersifat membangun dan memotivasi, sehingga Skripsi ini bermanfaat bagi banyak orang.

Ucapan terima kasih yang sangat besar kepada orang tua tercinta La Ode Gafara dan Wa Ode Alma yang senantiasa mendukung baik dari segi materil maupun moril serta untaian do'a yang tidak pernah putus kepada penulis. Dan ucapan terima kasih pula kepada:

1. Prof. Dr. H Ambo Asse, M.Ag. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Syekh Dr. Mohammad MT Khoory, selaku pendiri yayasan Asia Muslim Charity Foundation (AMCF) yang telah memberikan beasiswa pendidikan selama belajar di Ma'had Al-birr Unismuh Makassar.
3. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag.,M.Si. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Dr. Aliman, Lc., M.Fil.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Agil Husain Abdullah, S.sos., M.Pd, selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. H. Lukman Abdul Shamad, Lc. M.Pd, Mudir Ma'had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Dr. Meisil B. Wulur., S.Kom.I., M.Sos.I. selaku pembimbing I, penulis mengucapkan jazakumullah khairan katsiran atas segala ilmu, didikan, dan bimbingan selama berproses di prodi tercinta, utamanya dalam penyusunan skripsi ini.

8. 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, terutama dalam penyusunan skripsi ini.
9. Pengurus himpunan mahasiswa program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membantu penulis dalam proses penelitian ini.
10. Teman dan sahabat yang telah memberikan bantuan dan dorongan semangat selama penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah ikhlas memberikan doa dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan bahwa tidak ada manusia yang lepas dari kesalahan dan kekhilafan. Oleh karena itu, penulis senantiasa mengharapkan saran yang *konstruktif* sehingga penulis dapat berkarya dengan lebih baik lagi pada masa yang akan datang. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun dunia Pendidikan secara umum serta bernilai ibadah disisi Allah Swt. *Aamiin Yaa Rabbal Alamin.*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hadirnya media baru (*new media*) yang diiringi dengan kemajuan teknologi komunikasi telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Tidak dapat dipungkiri, dengan hadirnya perkembangan teknologi informasi khususnya media sosial yang mampu membawa euforia, kegembiraan, dan kemudahan baru bagi masyarakat. Modus interaksi sosial belakangan ini hadir untuk memfasilitasi komunikasi antara manusia, termasuk konsumsi informasi dan penyampaian sebuah pesan.¹

Perkembangan teknologi internet telah mengubah pola interaksi masyarakat dalam 10 tahun terakhir ini, yang di mana terjadinya pergeseran dari penggunaan media konvensional ke platform digital. Perubahan ini memicu hadirnya beberapa media alternatif berbasis internet yang dapat menunjang aktivitas dan efisiensi sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat.² Begitupun dengan informasi dakwah yang merupakan salah satu kewajiban (*iltizam*) yang harus ditunaikan oleh setiap muslim untuk mengajak umat lainnya, khususnya umat Islam melakukan perbuatan *amar ma'ruf nahi munkar* untuk membawa manusia mengabdikan kepada Allah swt.

¹ Syahirul Alim dan Avicena Farkhan Dharma, 'Youtube Sebagai Ruang Publik Alternatif Bagi Anak Muda', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), (2021), h. 1

² Iskandar, *Panduan Lengkap Internet* (Yogyakarta: Andi, 2009)., h.1.

Sarana untuk berdakwah bermacam-macam, bisa dengan menggunakan lisan, tulisan, serta media elektronik maupun non elektronik. Sehingga aktivitas dakwah di era modern ini semakin dimudahkan dengan bantuan media pendukung yang efektif dan efisien. Hanya dengan mengakses internet, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi keagamaan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

Seorang dai dapat menggunakan berbagai macam media untuk berdakwah, salah satunya media komunikasi visual. Jika dilihat dari aspek modalitas, komunikasi visual adalah komunikasi memanfaatkan unsur-unsur dasar bahasa visual sebagai kekuatan utamanya dalam menyampaikan informasi. Unsur-unsur dasar visual ialah segala sesuatu yang dapat dilihat serta dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan suatu makna, serta pesan dan medianya.³

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan melalui alat seperti smartphone yang fungsi utamanya sebagai tempat untuk berbagi serta mengambil foto maupun video dengan menggunakan filter digital dan membagikan hasil foto maupun video tersebut pada layanan jejaring sosial Instagram yang telah disediakan. Instagram berkembang sejak tahun 2010 di bawah perusahaan Burbn, Inc yaitu sebuah perusahaan yang memiliki fokus pada bidang aplikasi telepon genggam yang dilakukan oleh 2 orang *Chief Executive Officer* (CEO) di dalamnya yaitu Kevin Systrom serta Mike Krieger.⁴

³ Heru Dwi Waluyanto, 'Komik Sebagai Media Komunikasi Visual Pembelajaran', Nirmana, Vol. 7 No.1 (2005), h. 1.

⁴ Anugrah Ayu Sendari, 'Instagram Adalah Platform Berbagi Foto Dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya.', Liputan6.Com, 2019 .

Komunikasi dakwah visual merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pesan mengajak untuk berbuat amar ma'ruf nahi munkar sesuai dengan pedoman dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang tentunya dengan memanfaatkan media komunikasi visual seperti Instagram.⁵ Salah satu akun Instagram yang menjadikan Instagram sebagai media komunikasi dakwah visual ialah akun @himaprodi_kpi_unismuh. Akun ini merupakan salah satu akun yang dibuat oleh Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Instagram akun @himaprodi_kpi_unismuh menampilkan konten-konten khusus berisi tentang dakwah melalui desain grafis. Dan tentunya ada beberapa hal yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti akun tersebut; pertama, karena akun tersebut dikelola oleh sebuah himpunan mahasiswa yang memanfaatkan komunikasi visual berupa poster sebagai sarana berdakwah. Kedua, desain yang menarik, kreatif, dan kaya akan pesan dakwah.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi aktivitas dakwah melalui poster dakwah dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan aktivitas dakwah melalui poster dakwah.

Kegiatan berdakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam, yang telah memasuki usia baligh, serta mempunyai akal yang sehat. Dakwah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti, penyiaran agama dan

⁵ Nilnah Ni'mah, 'Dakwah Komunikasi Visual', *Islamic Communication Journal*, 01, No. 01 (2016), h. 109

pengembangannya di kalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.⁶

Penelitian ini relevan dengan industri dakwah dan desain grafis karena dapat memberikan panduan dalam pembuatan poster dakwah yang efektif dan sesuai dengan konteks masyarakat yang dituju. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan media dakwah yang lebih efektif dan dapat menjangkau lebih banyak orang.

Poster dakwah pada Instagram menjadi salah satu bentuk dakwah yang efektif. Poster dakwah dapat menarik perhatian pengguna Instagram dan memberikan pesan yang jelas dan mudah dipahami. Namun, aktivitas poster dakwah pada Instagram masih menjadi perdebatan. Beberapa orang berpendapat bahwa poster dakwah pada Instagram tidak efektif karena pengguna Instagram lebih cenderung untuk melihat gambar daripada membaca teks.

Allah Swt. telah memerintahkan Nabi untuk menyatakan bahwa beliau adalah utusan Allah swt. untuk manusia seluruhnya tanpa kecuali. Ini sejalan dengan keterangan dalam ayat lainnya yang menegaskan fungsi diutusnya Nabi Muhammad saw. yaitu sebagai rahmat untuk seluruh alam. Dalam al-Qur'ān surat al-Anbiyā ayat 107, dinyatakan:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

⁶ <https://kbbi.web.id/>, diakses 05 Juli 2021

Terjemahannya:

Dan tiadalah kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rajmata bagi semesta alam. Penegasan lainnya dapat dibaca dalam al-Qur'an surat al-Furqan ayat 1 yang berbunyi:⁷

تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَىٰ عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا

Terjemahannya:

Maha Suci Allah yang Telah menurunkan Al Furqaan (Al Quran) kepada hamba-Nya, agar dia menjadi pemberi peringatan kepada seluruh alam.⁸

Kegiatan dakwah sering kali disematkan kepada pendakwah atau lebih sering dikenal dengan ulama, kyai atau ustadz. Padahal sesuai dengan perintah Allah SWT, dakwah adalah tugas utama manusia sebagai khalifah dimuka bumi. Siapa dan apapun profesi ataupun latar belakang keilmuannya, 'sampaikanlah walau hanya satu ayat, agar pesan dakwah dapat sampai kepada masyarakat luas. Media mimbar menjadi tempat tersampainya dakwah konvensional dari masa ke masa sampai saat ini. Namun di Era digital dakwah konvensional tidak lagi mumpuni untuk menyentuh hati seluruh lapisan masyarakat. Utamanya dari kalangan milenial yang lebih dekat dengan digitalisasi.

Poster adalah salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara disusun dalam bentuk gambar atau desain yang menarik. Poster

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Suara Agung, 2019), hal. 322

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Suara Agung, 2019), hal. 359

seringkali dirancang dengan tujuan tertentu, seperti menyampaikan pesan promosi, menginformasikan acara, dan sebagainya. Poster biasanya dibuat dalam ukuran yang besar agar mudah dilihat dan dibaca oleh orang banyak. Poster dapat dipajang di berbagai tempat, seperti di jalan raya, pusat perbelanjaan, sekolah, maupun di area publik lainnya untuk memberikan informasi ataupun pesan kepada orang banyak. Seiring dengan perkembangan teknologi, kini poster juga dapat dibuat dalam format digital dan dipajang di media sosial atau website untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Melalui media sosial Instagram, poster dakwah ini dapat dikirim ke semua orang di seluruh dunia dengan hanya sekali klik. Hal ini membuat pesan dakwah lebih mudah untuk diakses oleh masyarakat, termasuk diantara orang muda yang lebih aktif di media sosial. Sangat penting untuk memanfaatkan teknologi untuk menyampaikan pesan yang baik dan positif, dan poster dakwah di Instagram adalah salah satu metode yang efektif untuk melakukan itu.

Tujuan utama dari pesan dakwah ini adalah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan menginspirasi orang-orang untuk hidup sesuai dengan ajaran Islam. Poster dakwah di Instagram juga membantu umat muslim untuk mengingatkan diri mereka sendiri dan mengingatkan orang lain tentang keharusan untuk hidup dengan bimbingan Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Pesan dakwah dapat berupa segala bentuk pesan yang berkaitan dengan agama Islam dan ajaran-ajarannya. Tujuan dari pesan dakwah adalah untuk mengajak orang lain untuk meningkatkan keyakinan agama dan memperbaiki

kehidupannya sesuai dengan ajaran Islam. Pesan dakwah dapat berupa penjelasan tentang ajaran Islam seperti akidah, ibadah, muamalah, hingga akhlak dan nilai-nilai moral yang terkandung di dalamnya. Pesan dakwah juga dapat berupa motivasi untuk menghadapi cobaan hidup, nasihat untuk menjaga keutuhan keluarga, peringatan untuk menjauhi perilaku negatif, hingga ajakan untuk berinfaq dan beramal sholeh.

Penyampaian pesan dakwah, penting untuk memperhatikan cara penyampaian yang baik dan efektif agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Cara penyampaian yang baik dapat dilakukan melalui berbagai metode, misalnya melalui media sosial, ceramah, bacaan, maupun diskusi.

Melalui poster dakwah di media sosial Instagram, diharapkan pesan dakwah dapat menyentuh hati dan pikiran dari orang-orang yang melihat dan membacanya. Sehingga, dapat menjadi inspirasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari sesuai dengan nilai-nilai Islam yang baik dan positif.

Setiap orang yang membaca dan mendapat manfaat dari poster dakwah yang Anda buat, Anda mendapatkan pahalanya. Upaya berdakwah melalui poster nasehat yang Anda buat, itu sudah bernilai pahala, ditambah lagi pahala setiap orang yang terinspirasi dari poster karya Anda.

Rasulullah *shallallahu 'alaihi wasallam* bersabda:

مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورٍ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ
ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئًا وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ
مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئًا

Artinya:

“Siapa yang berdakwah kepada petunjuk, maka baginya pahala seperti pahala-pahala orang-orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi pahala-pahala mereka sedikitpun. Dan siapa yang berdakwah kepada sebuah kesesatan maka atasnya dosa seperti dosa-dosa yang mengikutinya, hal tersebut tidak mengurangi dari dosa-dosa mereka sedikitpun. (HR. Muslim No. 4831)

Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam* juga bersabda,

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

Artinya:

“Barangsiapa yang menunjukkan kepada sebuah kebaikan maka baginya seperti pahala pelakunya”. (HR. Muslim No. 1893)

Tinggal kita mengikhlaskan aktivitas kita dalam berkarya di dunia poster dakwah, *lillah*, semata mencari cinta Allah, maka insyaallah pahala berlimpah, meski saat Anda terlelap tidur, atau sedang santai bersenang bersama keluarga, aliran pahala masuk memenuhi catatan amal kebaikan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana aktivitas dakwah melalui poster dakwah dalam akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam?
2. Bagaimana cara meningkatkan aktivitas dakwah melalui poster dakwah Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi aktivitas dakwah melalui poster dakwah dalam akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui aktivitas dakwah melalui poster dakwah dalam akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
2. Untuk mengetahui cara meningkatkan aktivitas dakwah melalui poster dakwah dalam akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi aktivitas dakwah melalui poster dakwah dalam akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk menarik masyarakat salah satunya pengguna instagram dalam berbuat yang ma'ruf dan menjauhi yang munkar melalui poster
2. Untuk memberi manfaat kepada pengguna Instagram melalui pesan-pesan dalam poster dakwah
3. Dapat menjadi acuan bagi para pengguna instagram untuk menentukan metode yang efektif dalam berdakwah melalui poster dakwah di media sosial instagram



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Aktivitas

a. Pengertian Aktivitas

Kata aktivitas menurut kamus besar bahasa Indonesia, “aktivitas adalah keaktifan, kegiatan-kegiatan, kesibukan atau bisa juga berarti kerja atau salah satu kegiatan kerja yang dilaksanakan tiap bagian dalam tiap suatu organisasi atau lembaga.”⁹

Sedangkan menurut kamus besar ilmu pengetahuan, yaitu bertindak pada diri setiap eksistensi atau makhluk yang membuat atau menghasilkan sesuatu, dengan aktivitas menandai bahwa hubungan khusus manusia dengan dunia. Manusia bertindak sebagai subjek, alam sebagai objek.

Da'i harus memiliki komunikasi verbal yang baik, artikulasi yang jelas dan bahasa yang mudah dimengerti oleh jamaah. Jamaah atau audiens memiliki peran sangat penting dalam proses penerimaan pesan agar tersampaikan dengan efektif. Dalam kajian yang dilakukan Frank Biocca pada artikelnya "*Opposing Conceptions of The Audience: The Active and Passive Hemispheres of Communication Theory*" menemukan karakteristik khalayak/audiens aktif yaitu:

1) Selektivitas

⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), cet. Ke-3, h. 17

yaitu audiens yang menerima sebuah pesan dengan aktif, sehingga disaring terlebih dahulu sebuah pesan yang akan disampaikan oleh sebuah media kemudian audiens menentukan isi dari pesan tersebut.

2) Utilitarianisme

Utilitarianisme pada dasarnya merupakan suatu paham etis-etika yang menempatkan tindakan-tindakan yang dapat dikatakan baik adalah yang berguna, memberikan faedah (manfaat), dan menguntungkan, sedangkan tindakan-tindakan yang tidak baik adalah yang memberikan penderitaan dan kerugian.¹⁰ Sehingga audiens memilih media dengan tujuan tertentu agar memenuhi kebutuhan mereka.

3) Intensionalitas

Kesengajaan penggunaan media tertentu yang dimana perilaku audiens muncul ketika motivasi utama seorang audiens muncul terhadap media tersebut.¹¹

4) Tahan Terhadap Pengaruh

Audiens aktif tidak mudah terpengaruh terhadap media yang dimana merupakan sikap dari audiens yang membentuk arti atau menginterpretasikan sendiri materi yang terdapat pada media yang telah audiens tersebut pilih.¹²

¹⁰ A Mangunhardjana, *Isme-Isme Dalam Etika Dari A Sampai Z*, (Yogyakarta: Kanisius, 1999), 231

¹¹ Ricard West, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

¹² Ricard West, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi aktivitas dakwah

Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan dan berbagai sasarannya akan cenderung ditentukan oleh dinamika organisasi yang bersangkutan. Dinamika yang tercipta dalam sebuah organisasi tersebut sejatinya disebabkan oleh adanya interaksi yang terjadi baik antara organisasi dengan lingkungannya, maupun satuan-satuan kerja dalam organisasi tersebut. Pada gilirannya interaksi yang terjadi merupakan suatu akibat dan bukan merupakan tuntutan dari interdependensi yang terdapat antara organisasi dengan lingkungannya dan antara berbagai sub sistem dalam organisasi.

Dinamika yang mutlak terjadi dalam organisasi dakwah, mendorongnya untuk meningkatkan kemampuan dalam perumusan strategi yang diterapkan. Pada titik tertentu dinamika itulah yang akan mempengaruhi dalam proses penyusunan strategi dakwah. Hal ini penting diketahui dan dipahami oleh suatu organisasi, dikarenakan dinamika perkembangan zaman yang terus berubah pada setiap lini kehidupan telah mendorong perubahan pula dalam penetapan strategi.

Bila dicermati terdapat beberapa faktor yang turut berpengaruh dalam penyusunan strategi dakwah. Diantara faktor-faktor yang turut andil dalam mempengaruhi penentuan strategi adalah faktor lingkungan, baik itu yang berasal dari dalam organisasi itu sendiri (*internal factor*) ataupun faktor lain yang berasal dari lingkungan luar organisasi (*eksternal factor*).

Dalam bukunya Sondang, P Siagian mensinyalir setidaknya terdapat empat faktor dalam menentukan strategi yaitu:¹³

1) Faktor ekonomi

Tidak hanya dalam organisasi profit, organisasi non-profit pun termasuk organisasi dakwah, dalam menentukan dan menerapkan strateginya bergantung pada SDM (sumber daya manusia) dan SDA (sumber daya alam) yang ia miliki. Hal tersebut dikarenakan program-program yang telah tersusun dalam suatu organisasi pastilah tidak akan bisa berjalan tanpa adanya SDM dan SDA yang mendukungnya.

Dalam hal ini ekonomi menjadi faktor utama yang berpengaruh dalam penerapan strategi suatu organisasi. Hal tersebut dikarenakan suatu organisasi dalam menentukan langkahnya pastilah akan berorientasi pada sumberdaya yang ada baik itu sumberdaya yang bersifat material atau immaterial. Meskipun target yang akan dicapai tinggi akan tetapi tanpa ada dukungan dari sisi materi maka dapat dipastikan target tersebut akan sulit terealisasi.

2) Faktor politik

Politik yang sedang hangat terjadi baik dalam lingkungan internal organisasi ataupun di luar organisasi turut pula berpengaruh pada strategi yang diterapkan dalam suatu organisasi. Politik yang mempengaruhi penetapan strategi dalam suatu organisasi ketika tidak disikapi dengan kemaslahatan bersama dalam pencapaian

¹³ Sondang P. Siagian, Analisis serta Perumusan Kebijaksanaan, 107-108

tujuan organisasi dapat membawa dampak buruk terhadap organisasi yang bersangkutan.

Organisasi bisa jadi hanya dimanfaatkan oleh segelintir orang yang tidak bertanggung jawab demi mencapai tujuan pribadinya. Sebagai suatu contoh “gap” yang terjadi antara personal anggota dalam suatu organisasi dikarenakan perbedaan politik, maka sudah pasti strategi yang telah dicanangkan kurang bisa terlaksana seperti apa yang menjadi tujuan organisasi tersebut.

3) Faktor dari implikasi kebijakan pemerintah

Kebijakan-kebijakan pemerintah yang berlaku dalam suatu negara tentunya berimbas pula pada semua lini kehidupan tak terkecuali dalam organisasi dakwah. Hal demikian dikarenakan peraturan yang ditetapkan oleh suatu pemerintah wajib dilaksanakan oleh semua lapisan masyarakat, dan hal inilah yang turut pula mewarnai dalam strategi dakwah yang diterapkan dalam suatu organisasi.

4) Faktor teknologi

Teknologi sebagai suatu sarana yang dimiliki oleh sebuah organisasi, tentunya akan mendukung penetapan strategi yang lebih baik dibandingkan dengan organisasi yang masih menggunakan data manual. Begitupula berlaku dalam suatu organisasi yang masih menggunakan peralatan yang seadanya, tentunya target dari strategi yang dihasilkan akan bergantung dari sarana dan prasarana yang mendukungnya. Organisasi dakwah yang telah memiliki seperangkat teknologi yang telah maju, memungkinkan menerapkan strategi dakwah dengan teknologi yang telah ada. Dari faktor-faktor yang tersebut di atas, dapat diketahui bahwa strategi dakwah yang diterapkan dalam suatu organisasi dakwah adalah sangat

dipengaruhi dari faktor lingkungannya, baik itu lingkungan dalam ataupun lingkungan luar organisasi.

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari sudut etimologi atau bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab, yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Menurut ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah berbentuk “isim masdar” yang berasal dari fiil (kata kerja) “*da'a*” (دعا) “*yad'u*” (يدعو) “*da'watan*” (دعوة) yang artinya memanggil, mengajak, atau menyeru.¹⁴

Sedangkan secara terminologis menurut Umar (dikutip dalam Amin) mendefinisikan dakwah adalah menyeru ummat manusia dengan cara yang baik kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahasaan mereka di dunia dan akhirat.¹⁵

Sedangkan menurut Atjeh, dakwah adalah perintah mengadakan seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.¹⁶

¹⁴ Saputra (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada), Hlm. 1

¹⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Hamzah, 2009), Hlm. 3.

¹⁶ Aboe Bakar Atjeh, *Beberapa Catatan Mengenai Dakwah Islam*, (Semarang : Romadhoni, 1971), H.6

Menurut Shihab (dikutip dalam An-Nabiry dan Bahri) pengertian dakwah adalah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah sesuatu yang tidak baik untuk sesuatu yang lebih baik terhadap pribadi maupun masyarakat.¹⁷

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah aktivitas yang dapat memotivasi seseorang, mengajak mengerjakan kema'rufan dan mencegah dari kemunkaran untuk memperoleh kebaikan dunia dan akhirat.

b. Tujuan Dakwah

penghayatan, dan pengenalan terhadap ajaran agama yang dibawa oleh da'I, juga menyadarkan manusia tentang pentingnya tauhid dan berperilaku baik. Secara umum, dakwah bertujuan untuk memanggil manusia/jamaah nya kembali pada syariat atau hukum-hukum agama agar dapat mengatur diri sesuai ajaran agama. Agama bukan hanya satu sistem kepercayaan saja, tapi terdapat multisystem untuk mengatur kehidupan manusia, baik secara vertikal (*hablumminallah*) dan horizontal (*hablumminannas*).¹⁸

Tujuan dakwah menurut Amin dibagi menjadi dua bagian yaitu tujuan dari segi obyek dan dari segi materi Dakwah bertujuan tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, :¹⁹

1) Tujuan dakwah dari segi obyek

¹⁷ An-Nabiry, Bahri, F. (2008). *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*. Jakarta: Amzah. H.21

¹⁸ Zaini, A, (2013), *Dakwah Melalui Internet*, At-Tabsyir

¹⁹ Masyhur Amin, (1997), *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al-Amin Pers), Hlm. 15.

- a) Tujuan perorangan, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang mempunyai iman yang kuat, perilaku sesuai dengan hukum-hukum yang disyariatkan Allah Subhanahu wa ta'ala dan berakhlak karimah.
 - b) Tujuan untuk keluarga, yaitu terbentuknya keluarga bahagia sakinah, mawaddah dan warahmah serta saling cinta antar anggota keluarga.
 - c) Tujuan untuk masyarakat, yakni terbentuknya masyarakat yang sejahtera yang penuh dengan menerapkan nilai-nilai Islam.
 - d) Tujuan untuk seluruh umat manusia, yakni terbentuknya ummat manusia yang penuh dengan kedamaian dan ketentraman.
- 2) Tujuan dakwah dari segi materi
- a) Tujuan akidah, yaitu tentramnya suatu akidah yang diyakini di setiap hati seseorang, sehingga keyakinan tentang ajaran-ajaran Islam tidak memiliki keraguan lagi.
 - b) Tujuan hukum, yaitu kepatuhan setiap orang kepada hukum-hukum yang disyariatkan oleh Allah subhanahu wa ta'ala.
 - c) Tujuan akhlak, yaitu terbentuknya muslim yang berbudi luhur dihiasi dengan sifat-sifat yang terpuji dan bersih dari sifat yang tercela.

c. Unsur-unsur Dakwah

Dalam berdakwah diperlukan unsur-unsur dakwah agar aktivitas tersebut memiliki hasil yang maksimal, yaitu:

1) Subyek Dakwah

Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman dalam Al-Qur'an Surah Ali 'Imran ayat 110 yang artinya "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk

manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (QS. Ali ‘Imran: 110). Menurut Anshari, subjek dakwah adalah pemeran utama kegiatan dakwah atau dengan kata lain orang yang melakukan dakwah dengan merubah situasi atas izin Allah subhanahu wa ta'ala.²⁰

Sifat-sifat yang harus dimiliki oleh seorang da'i antara lain sebagai berikut:²¹

- a) Lemah lembut dalam menjalankan dakwah
 - b) Bermusyawarahlah dalam segala urusan, termasuk dakwah
 - c) Kebulatan tekad (azam) dalam menjalankan dakwah
 - d) Tawakkal pada Allah
 - e) Memohon pertolongan Allah sebagai aspek konsekuensial dari tawakkal
 - f) Menjauhi kecurangan atau keculasan
- 2) Obyek Dakwah

Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman dalam Alqur'an Surah Saba' ayat 28 yang artinya "Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui." (QS. Saba': 28).²²

Menurut Muriah, objek dakwah adalah manusia yang menjadi audiens yang akan di ajak ke dalam Islam secara kaffah. Mereka bersifat heterogen, baik

²⁰ Anshari, H. (1993). *Pemahaman Dan Pengalaman Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash. H. 73

²¹ Muriah, S. (2000). *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta. Mitra Pustaka

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Suara Agung, 2019), hal

dari sudut ideologi, misalnya atheis, animis, musyrik, munafik bahkan ada muslim tapi fasik atau penyandang maksiat.²³

d. Media Dakwah

Media dakwah pada masa Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam dan sahabat sangat terbatas, yakni dakwah qauliyah bi al-lisan dan dakwah fi'liyyah bi al-uswah, ditambah dengan media penggunaan surat (rasail). Satu abad kemudian, dakwah menggunakan media qashash (tukang cerita) dan muallafat (karangan tertulis) diperkenalkan. Pada abad ke-14 Hijriyah, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sudah berkembang sangat pesat.²⁴ Adapun media-media dakwah terdiri dari:²⁵

1) Media Visual

Media visual adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indera penglihatan. Perangkat media tersebut yaitu:

a) Film Slide

Pengoperasian film slide melalui proyektor yang kemudian gambarnya diproyeksikan pada screen. Kelebihan dari film slide ini adalah mampu memberikan gambaran yang jelas kepada audiens tentang informasi yang disampaikan oleh seorang da'i. Misalnya seorang da'i menjelaskan tata cara shalat yang benar, maka menggunakan film slide seorang da'i lebih mudah menjelaskan tata cara tersebut.²⁶

²³ Ibid. H. 32

²⁴ Ali Yafie, (1997), *Teologi Sosial Telaah Kritis Persoalan Agama Dan Kemanusiaan*, Yogyakarta: Lkpsm

²⁵ Amin, Samsul M., (2009), *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah.

²⁶ Ibid. Hal. 116-117

b) *Overhead Proyektor (OHP)*

OHP adalah perangkat keras yang dapat memproyeksikan program kedalam screen dari program yang telah disiapkan melalui plastik transparan. Kelebihan menggunakan media ini adalah program dapat disusun sesuai dengan apa yang ingin disampaikan da'i dan ditambah dengan dengan seni grafis yang menarik. Sedangkan kelemahannya memerlukan ruangan khusus yang beraliran listrik serta menuntut kreativitas da'i dalam mengungkapkan informasi melalui seni grafis yang menarik.²⁷

2) Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indera pendengaran.²⁸

a) Radio

Dalam melakukan kegiatan dakwah, penggunaan radio dinilai sangat efektif dan efisien. Dakwah yang dilakukan melalui siaran radio dinilai akan lebih mudah dan praktis karena dakwah dapat menjangkau jarak komunikasi atau jamaah yang jauh dan tersebar. Selain itu radio juga memiliki daya tarik yang kuat. Daya tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya yakni musik, kata-kata dan efek suara.²⁹

b) *Tape Recorder*

Tape recorder adalah media elektronik yang berfungsi merekam suara ke dalam pita kaset selanjutnya dari pita kaset yang telah berisi rekaman suara dapat

²⁷ Ibid. Hal. 117

²⁸ Ibid

²⁹ Ibid

di putar ulang dalam bentuk suara pula. Dakwah dengan tape recorder ini relatif menghabiskan biaya yang murah dan dapat disiarkan ulang kapan saja sesuai kebutuhan.³⁰

3) Media Audio Visual

Media audio visual adalah media penyampaian informasi yang dapat menampilkan unsur gambar dan suara secara bersamaan pada saat menyampaikan pesan dan informasi.³¹

a) Televisi

Televisi merupakan hasil teknologi elektronik yang dapat menyiarkan suatu program dalam bentuk suara dan gambar dari stasiun yang memancarkannya. Program-program siaran dakwah yang dilakukan hendaknya mengenai sasaran dalam hal ini objek dakwah pada berbagai bidang sehingga sasaran dakwah mendapatkan pengetahuan melalui aktivitas beragama lewat program-program yang disiarkan melalui televisi.³²

b) Film

Apabila film dijadikan sebagai media dalam berdakwah, maka dakwah-dakwah yang ingin disampaikan tersebut bisa diisi misi dakwah pada naskahnya yang diikuti skenario cerita film tersebut, saat shooting dan acting para pemerannya. Membuat film sebagai media dakwah harus memerlukan keseriusan dan waktu yang lumayan lama. Karena disamping prosedur dan prosesnya lama serta dituntut

³⁰ Aziz, Moh. Ali, (2004). *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Kencana). Hal. 119-120

³¹ Ibid.Hal. 120

³² Ibid.Hal. 121

professional maka pembuatan film memerlukan biaya yang besar. Namun jika film dijadikan media dakwah maka dakwah dapat menjangkau berbagai kalangan. Kelemahan dari film adalah biaya yang dikeluarkan cukup besar, prosedur pembuatan yang panjang dan memerlukan keterlibatan berbagai pihak.³³

c) Internet

Menggunakan internet, dakwah dapat memainkan peranannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam keseluruhan penjuru, dengan keluasan akses yang dimilikinya yaitu tanpa adanya batasan wilayah, kultural dan lainnya. Menyikapi fenomena ini, Nurcholis Madjid mengatakan penggunaan internet saat ini memiliki peranan yang sangat penting, maka umat Islam tidak perlu menghindari atau tidak menggunakan internet, sebab apabila internet tidak dimanfaatkan dengan baik, maka umat Islam sendiri yang akan rugi dan ketinggalan dengan zaman teknologi ini. Karena selain bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang dangat memudahkan umat untuk bekerja atau berdakwah dalam hal ini. Begitu besarnya potensi dan efisiennya yang dimiliki oleh jaringan internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan informasi tentang Islam atau sering disebut dengan *cybermuslim* atau *cyberdakwah*. Masing-masing cyber tersebut menyiarkan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang kreatif.³⁴

³³ Ibid. 121

³⁴ Ibid. Hal. 156

3. Poster Dakwah

Poster adalah salah satu produk dari desain komunikasi visual yang dinilai memiliki kekuatan visual yang sangat tinggi. Poster mampu menginformasikan isi pesan dengan sangat cepat, bahkan dalam bilangan detik pesan dapat tersampaikan kepada khalayak. Lori Siebert dan Lisa Ballard seperti yang dikutip oleh Rakhmat, menyatakan bahwa poster mampu mencuri perhatian khalayak yang sedang bergerak dan pesannya pun jadi mudah tersampaikan.³⁵

Muatan poster dapat berupa tulisan dan gambar ataupun kombinasi dari keduanya. Poster dapat dijadikan media publikasi yang kental terhadap nuansa ajakan dan seruan. Biasanya poster ini dibuat untuk tujuan promosi atau iklan layanan masyarakat. Umumnya poster dipasang di area sarana umum atau di tempat yang strategis seperti pasar, sekolah, rumah sakit, persimpangan lampu merah, taman kota, dan tempat- tempat ramai lainnya.

Robin Landa dalam buku *Graphic Design Solutions* mendeskripsikan poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau penawaran, dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa dan organisasi.³⁶

Poster adalah salah satu media yang terdiri dari lambang kata atau simbol yang sangat sederhana dan pada umumnya mengandung anjuran atau larangan. Menurut Sudjana dan Rivai1 poster adalah sebagai kombinasi visual dari rancangan

³⁵ Rakhmat Supriyono, *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*, p. 158.

³⁶ Rakhmat Supriyono. *Desain Komunikasi Visual*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017) Hal.158

yang kuat, dengan warna, dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti didalam ingatannya.³⁷

Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda, dan protes, serta maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. Selain itu, poster juga dipergunakan secara perorangan sebagai sarana dekorasi yang murah meriah terutama bagi anak muda.³⁸

Tantangan dalam melakukan dakwah melalui poster dakwah pada Instagram adalah bagaimana membuat poster yang menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Selain itu, pengguna Instagram yang beragam juga menjadi tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah yang dapat diterima oleh semua kalangan.

4) Media Massa

Media massa merupakan suatu penemuan teknologi yang luar biasa, yang memungkinkan orang untuk mengadakan komunikasi bukan saja dengan komunikasi yang mungkin tidak pernah akan dilihat akan tetapi juga dengan generasi yang akan datang. Dengan demikian maka media massa dapat mengatasi hambatan berupa pembatasan yang diadakan oleh waktu, tempat dan kondisi

³⁷ Sri Maiyena. *Pengembangan Media Poster Berbasis Pendidikan Karakter Untuk Materi Global Warming. Jurnal Materi dan Pembelajaran Fisika (JMPF)*. Volume 3 Nomor 1 2013 ISSN : 2089-6158. (Batusangkar: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Batusangkar, 2013). Hlm 20

³⁸ Ni Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana. *Desain Komunikasi Visual*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014). Hal 131

geografis. Penggunaan media massa karenanya memungkinkan komunikasi dengan jumlah orang yang lebih banyak.³⁹

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan TV.⁴⁰ Media massa bersifat umum. Komunikasi massa yang disampaikan menggunakan media massa bersifat umum dan terbuka untuk semua orang. Dengan kata lain media massa terbuka dan ditujukan kepada masyarakat luas.

Pengaruh media massa dalam kehidupan dakwah dalam kehidupan dakwah merupakan kajian tersendiri dalam komunikasi dakwah. media memiliki kemampuan mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Media memiliki peran yang penting dalam menyampaikan program kerja, pesan dakwah pembentukan image partai atau kandidat. Saking hebatnya pengaruh media massa, sejumlah pihak memanfaatkannya untuk tujuan yang kurang patut untuk pembunuhan karakter seseorang dan menyebarkan isu-isu untuk menjatuhkan lawan dakwahnya.

³⁹ Jahi Amri, *Komunikasi Massa dan Pembangunan di Negara-negara Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1988)

⁴⁰ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persda. 2002)

5. Media Sosial Instagram

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.⁴¹

Media sosial adalah teknologi informasi yang berbasis internet sebagai alat komunikasi maupun sebagai media promosi dalam bisnis. Adapun macam-macam media social menurut adalah sebagai berikut: blog, twitter, instagram, facebook, Whatsapp dan line.

Instagram adalah salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Instagram menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah *Youtube*, *Facebook*, dan *WhatsApp*.⁴² Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto atau video singkat dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, tak terkecuali para pendakwah.⁴³ Para pendakwah umumnya berdakwah melalui video dengan memanfaatkan Instagram.⁴⁴

Salah satu akun dakwah di Instagram adalah @himaprodi_kpi_unismuh. Akun Instagram @himaprodi_kpi_unismuh dipelopori oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Program Studi Komunikasi dan penyiaran Islam.

⁴¹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi*. (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2015),

⁴² Statista. (2018). *Penetration of leading social networks in Indonesia as of 3rd quarter 2017*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-networkpenetration>

⁴³ Suharto. (2020). *Fungsi Komunikasi Dakwah di Era Multi Media*. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15(1), 23–32.

⁴⁴ Nurrahmi, Febri dan Puteri Farabuana. (2020). “Efektivitas Dakwah melalui Instagram”. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1): 1–16.

Akun Instagram @himaprodi_kpi_unismuh yang mempunyai tagline“Ekstensif” banyak menayangkan aktivitas mahasiswa dan kajian keislaman tentang perbaikan diri. Poster dakwah yang diunggah pada akun tersebut menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan golongan anak muda sehingga mereka bersedia menerima dan sanggup menguasai pesan- pesan dakwah yang di informasikan lewat poster dakwah.



B. Kerangka Konseptual

Gambar 1.1

Kerangka Konseptual Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah Di Media Sosial Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Tipe penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, ialah sesuatu penelitian yang diperuntukan buat mendeskripsikan serta menganalisis fenomena, peristiwa, kegiatan, sosial, perilaku, keyakinan, anggapan, pemikiran orang baik orang ataupun secara kelompok.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif merupakan sesuatu pendekatan dalam mempelajari status kelompok manusia, obyek, sesuatu keadaan, sesuatu sistem pemikiran maupun sesuatu kelas peristiwa pada masa saat ini. Sebaliknya kualitatif bagi Bogdan serta Taylor merupakan sesuatu prosedur riset yang menciptakan informasi deskriptif berbentuk perkata tertulis serta lisan dari orang serta sikap yang diamati.⁴⁵

Jadi pendekatan deskriptif kualitatif merupakan sesuatu pendekatan yang menggambarkan kondisi sesuatu status fenomena yang terjalin dengan perkata ataupun kalimat, setelah itu dipisah- pisahkan bagi jenis buat memperoleh kesimpulan. Sebaliknya Soerjono Soekanto berkomentar kalau riset deskriptif kualitatif merupakan prosedur pemecahan permasalahan yang diselidiki dengan

⁴⁵ Lexy Moleong. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya), h.3.

menggambarkan ataupun melukiskan kondisi sesuatu subjek ataupun objek panel(seorang, lembaga, warga serta lain- lain) setelah itu pada dikala saat ini bersumber pada fakta- fakta yang nampak selaku objek.⁴⁶

B. Lokasi dan Objek Penelitian

1. Penentuan lokasi penelitian merupakan tempat yang dapat membantu dalam memperoleh data yang berhubungan penelitian yang akan dilakukan. Berhubung dalam penelitian ini diperoleh melalui penelusuran online di media sosial Instagram, maka lokasi penelitian ini tidak terikat dengan tempat tertentu, namun bersifat online.
2. Alasan peneliti memilih akun instagram @himaprodi_kpi_unismuh karena akun tersebut adalah satu akun yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat.
3. Objek penelitian ini adalah dapat dinyatakan sebagai situasi sosial penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi didalamnya. Oleh karena itu peneliti menganggap bahwa elemen inilah yang menjadi penunjang. Objek dari penelitian ini adalah yang bertanggung jawab atas poster dakwah pada akun Instagram @himaprodi_kpi_unismuh yaitu bidang humas dan it dan pengguna media sosial instagram.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

⁴⁶ Soerjono Soekanto. 1999. *“Pengantar Penelitian hukum”* (Jakarta: UI- Press), h. 23.

1. Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah.
2. Media Sosial Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

D. Deskripsi Penelitian

Aktivitas penggunaan media Instagram dalam akun @himaprodi_kpi_unismuh untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat melalui poster dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengevaluasi aktivitas penggunaan poster dakwah dalam menyebarkan pesan-pesan agama kepada masyarakat apakah penggunaan poster dakwah di media sosial, khususnya di Instagram, dapat mencapai tujuan dakwah dengan baik.
2. Pandangan mereka tentang aktivitas poster dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan agama adalah sejauh mana poster dakwah mampu membuat mereka terinspirasi atau mengubah sikap dan perilaku mereka, serta apakah poster dakwah dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang agama Islam.

E. Sumber Data

Data penelitian merupakan seluruh keterangan maupun informasi seseorang yang dijadikan responden juga yang berasal dari dokumendokumen, baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian. Data yang diambil dari objek penelitian ini antara lain:

1. Data primer (data utama) ialah data yang dirancang oleh peneliti untuk tujuan tertentu yakni memecahkan masalah yang sedang ditangani. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat di mana objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer yaitu postingan berupa poster yang dibagikan melalui Instagram akun @himaprodi_kpi_unismuh.
2. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk tujuan tertentu yakni memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini sumber data adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs-situs di internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah langkah yang sangat strategis dalam penelitian, sebab tujuan utama dari riset merupakan memperoleh informasi. Ada sebagian metode pengumpulan data yang bisa dicoba, antara lain merupakan dengan observasi(pengamatan), interview(wawancara), serta dokumentasi.⁴⁷

1. Observasi (pengamatan)

Yang diartikan dengan observasi merupakan tata cara pengumpulan data dengan metode mengadakan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diselidiki ataupun yang diteliti sebagaimana yang dipaparkan oleh Cholid Narbuko

⁴⁷ Sugiono. 1980. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. (bandung: Alfabeta), h.63

serta Abu Achmadi kalau tata cara observasi ialah pengamatan serta pencatatan secara sistematis terhadap indikasi yang ada pada objek penelitian.⁴⁸

2. *Interview* (wawancara)

Tata cara yang digunakan dalam penelitian ini merupakan wawancara leluasa terpimpin maksudnya wawancara yang leluasa mengajukan kerangka persoalan pokok yang tersusun dengan baik, namun dalam proses wawancara seseorang pewawancara boleh meningkatkan persoalan selagi tidak melenceng ataupun menyimpang dari permasalahannya.⁴⁹

3. Dokumentasi

Tata cara dokumentasi merupakan mencari informasi mengenai hal-hal ataupun variabel yang ialah catatan, buku-buku, pesan berita, majalah, jadwal, serta lain sebagainya. Dimaksudkan untuk mencari data mengenai hal-hal ataupun variabel penunjang yang lain yang berkaitan dengan guna mengetahui efektivitas dakwah melalui poster dakwah di media sosial Instagram.

G. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui alat pengumpulan data selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif, sehingga diperoleh suatu kesimpulan penelitian. Dalam menganalisis data dan menarik kesimpulan yang digunakan cara berfikir induktif, yaitu penarikan kesimpulan atau fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang kongkrit kemudian dari fakta-fakta dan peristiwa yang

⁴⁸ Cholid Narbuko. 2001. Abu Achmadi, *metode penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara), h. 32

⁴⁹ Kartika Kartono, (1980), *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Bina Karya), h. 207

khusus itu ditarik generalisasi yang bersifat umum.⁵⁰

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Menurut Saifullah, dalam sebuah penelitaian ada beberapa alternatif analisis yang dapat digunakan yaitu antara lain: deskriptif kualitatif, deskriptif komparatif, kuantitatif atau non-hipotesis, deduktif tau induktif, induktif kualitatif, contents analysis (kajian isi), kuantitatif dan uji statistic.⁵¹



⁵⁰ Sumadi suryabrata, *metodologi penelitian* (PT rajawali pers:2013), h. 5

⁵¹ Saifullah, *Buku Panduan Metodologi Penelitian* (Hand out, Fakultas Syari'ah UIN Malang). h. 12

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Latar Belakang Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

1. Lokasi Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Secara geografis, sekretariat Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam terletak di Jl. Sultan Alauddin No. 259, Gunung Sari, Kota Makassar. Lokasinya berdekatan dengan kampus Universitas Muhammadiyah Makassar dan Pondok Pesantren Mahasiswa KH Djamiluddin Amien (Pesmadina).

secara virtual, Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar dapat dikunjungi di berbagai platform media sosial, antara lain: 1) Facebook dengan alamat URL: <https://www.facebook.com/HimaprodiKpiUnismuhMakassar>; 2) Instagram dengan alamat URL: https://www.instagram.com/himaprodi_kpi_unismuh atau nama pengguna: @himaprodi_kpi_unismuh; 3) Fanspage : Himpunan Mahasiswa Prodi Komunikasi Penyiaran Islam dan 4) Email : himaprodikpi.unismuh@gmail.com.

a.) Visi dan Misi Himpunan Mahasiswa Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

a. Visi

Mewujudkan Himaprodi KPI yang Solid, Inovatif dan Ekstensif.

b. Misi

- 1) Menumbuhkan rasa keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT.
- 2) Menjaga komunikasi antar sesama pengurus agar tercipta keharmonisan
- 3) Memperkuat ukhuwah Islamiyah antar sesama lembaga se-FAI dan mahasiswa KPI Unismuh Makassar
- 4) Merangkul dan mewartakan seluruh mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di bidang akademik dan non-akademik untuk mengembangkan bakat yang dimiliki.

b.) Struktur Organisasi Kepengurusan Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Periode 2023-2024

Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam merupakan lembaga internal dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang dibentuk pada tanggal 17 Oktober 2016 di Aula Ahwal Syakhsiyyah Unismuh Makassar.

Berikut Struktur Organisasi Kepengurusan Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam periode 2023-2024:



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Kepengurusan Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam periode 2023-2024

Nama Pengurus	Amanah
Akbar Mursalim	Ketua Umum
Rahmat Saiful	Wakil Ketua Umum
A. Muh. Farouq Muchlis	Sekretaris Umum
Rasmiati	Bendahara Umum
Soleha	Wakil Bendahara Umum
Fatya I. F Saharudin	Ketua Bidang Organisasi
Fadhlor Rahman	Sekretaris Bidang Organisasi

Nama Pengurus	Amanah
Fahidin	Anggota Bidang Organisasi
Fachri Rahman	Anggota Bidang Organisasi
Syamsi	Anggota Bidang Organisasi
Rian Fadhli Bafadhal	Anggota Bidang Organisasi
Maulana Tahir	Anggota Bidang Organisasi
Arifa Husnaeni	Anggota Bidang Organisasi
Soleha Neva	Anggota Bidang Organisasi
Jumriani	Ketua Bidang Humas & IT
Nartin	Sekretaris Bidang Humas & IT
Idham Kholid	Anggota Bidang Humas & IT
Muh. Fadhil Firjatullah	Anggota Bidang Humas & IT
Mohammad Alvin	Anggota Bidang Humas & IT
Nabawiyah	Anggota Bidang Humas & IT
Nurul Fadhilah	Anggota Bidang Humas & IT
Ma'rifatusholihah	Anggota Bidang Humas & IT
Aisyah Amini	Anggota Bidang Humas & IT
Azzahra Aulia	Anggota Bidang Humas & IT
Gusnasari	Anggota Bidang Humas & IT
Tri Afika	Anggota Bidang Humas & IT
Muh. Iqbal	Ketua Bidang Dakwah & Keilmuan
Afif Ashim Syahrul	Sekretaris Bidang Dakwah & Keilmuan
Nurhalis Ali	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Ikhsab	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Firmansyah	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Zikrul Syakir	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
M. Fikri Haikal Zainal	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Safa Marwah	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Hanan Azizah	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Khusnul Khotimah	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Nurul Hikmah	Anggota Bidang Dakwah & Keilmuan
Aidul Fauzi	Ketua Bidang PMB
Nur Alamsyah	Sekretaris Bidang PMB
Abdullah Said	Anggota Bidang PMB
Moh. Hafiz Efendy	Anggota Bidang PMB
Rismustakim Azis	Anggota Bidang PMB
Sutarmin	Anggota Bidang PMB
Taufik Hidayat	Anggota Bidang PMB
Ila Nur Ilahi Arif	Anggota Bidang PMB

Nama Pengurus	Amanah
Fadilah Ayu	Anggota Bidang PMB
Nabila Annur	Anggota Bidang PMB
Nurul Annisa Ag.	Anggota Bidang PMB
Sulhan	Ketua Bidang Ekraf
Aflida	Sekretaris Bidang Ekraf
Firmansyah	Anggota Bidang Ekraf
Muh. Fadhel Rizaldy	Anggota Bidang Ekraf
Bagus Subriyanto	Anggota Bidang Ekraf
Hanin	Anggota Bidang Ekraf
Liana Uswah	Anggota Bidang Ekraf
Musyfika	Anggota Bidang Ekraf
Nur Utami	Anggota Bidang Ekraf

Tabel 1. 1 Nama Pengurus Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam periode 2023-2024

H. Akun Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

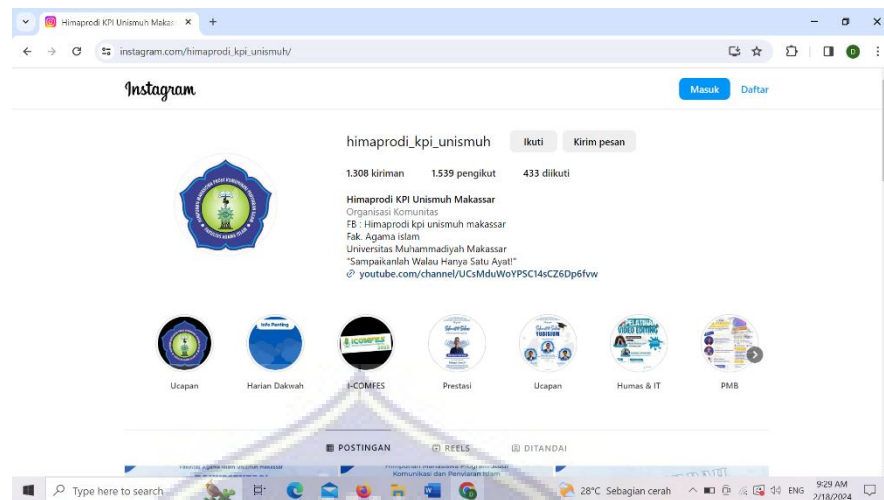
Dewasa ini penyampaian dakwah tidak cukup dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti media lisan karena dakwah melalui cara-cara konvensional terbatas dengan ruang dan waktu, perkembangan media komunikasi ditambah lahirnya berbagai platform media sosial harus dimanfaatkan oleh para da'i atau aktivis dakwah untuk memanfaatkan media sosial yang ada dewasa ini agar pesan- dakwah yang disampaikan dapat dijangkau secara luas.

Segala macam aktivitas himpunan mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam universitas muhammadiyah makassar khususnya di bidang dakwah diambil alih oleh bidang yang bertanggung jawab yaitu bidang humas & IT

dengan memanfaatkan salah satu media sosial instagram. Bidang humas & IT memiliki tugas pokok, yaitu: ⁵²

1. Sebagai Pelaksana Operasional Bidang Kerja Khusus Tentang Publikasi, Dokumentasi, Komunikasi dan Infomasi dalam bidang multimedia maupun dalam bentuk lisan.
2. Mendesain, menetapkan, dan mengatur segala promosi di departemen Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar baik melalui media cetak maupun media elektronik.
3. Mengoptimalkan dan mempublikasi informasi-informasi terbaru melalui Sosial Media Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bertanggung jawab mengelola dan merawat majalah dinding Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

⁵² Jumriani, Ketua Bidang Humas & IT Himaprodi KPI Unismuh Makassar, (Makassar: Wawancara 15 Februari 2024).



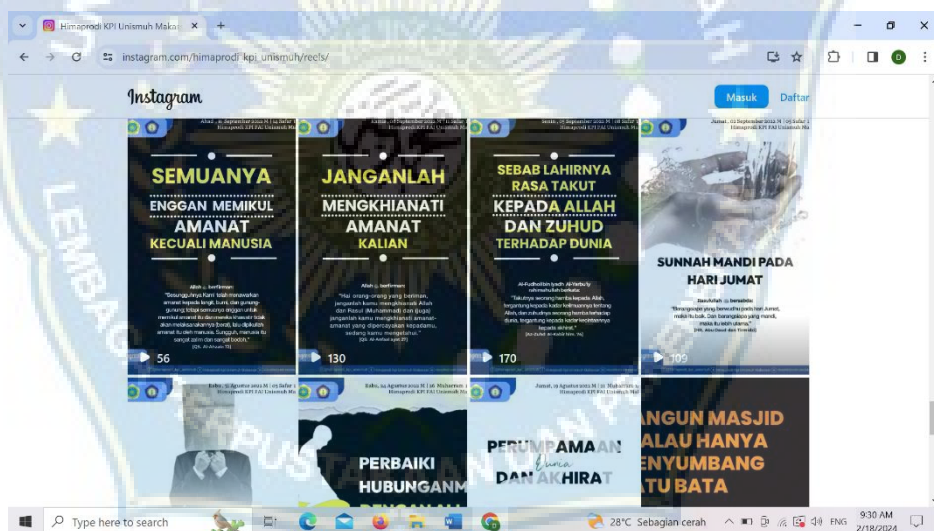
Gambar 1.3 Tampilan Media Sosial Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Universitas Muhammadiyah Makassar

Berdasarkan wawancara bersama Jumriani selaku ketua bidang Humas & IT Himaprodi KPI Unismuh Makassar bidang tersebut memiliki tujuan.

“Tujuan nya bidang Humas dan IT berdakwah melalui poster dakwah agar semua kalangan pengguna instagram dan facebook khususnya followers bisa tersentuh dakwah melalui poster dakwah di akun Himaprodi itu sendiri.”⁵³

⁵³ Jumriani, Ketua Bidang Humas & IT HIMAPRODI KPI Unismuh Makassar, (Makassar: Wawancara 15 Februari 2024).

Dalam sepekan himaprodi kpi memposting poster dakwah di akun instagram @himaprodi_kpi_unismuh sebanyak tiga kali. Dan tentu tidak selamanya akan berjalan lancar, adapun penghambat yang dialami oleh bidang Humas dan IT dalam memposting sebuah poster dakwah di media sosial khususnya di akun @himaprodi_kpi_unismuh. Adapun faktor penghambatnya yaitu disebabkan oleh jaringan yang kurang stabil serta kehabisan kuota pada saat memposting poster dakwah. Namun ada solusi dibalik faktor penghambat tersebut yaitu jika jaringan yang kurang stabil maka akan diambil alih oleh anggota bidang lainnya, dan apabila kehabisan kuota akan difasilitasi kuota dari tim bendahara.



Gambar 1.3 Tampilan Poster Dakwah di akun instagram @himaprodi_kpi_unismuh

Dari gambar di atas bahwa aktivitas dakwah melalui poster dakwah dibuat semenarik mungkin untuk menarik daya tarik yang melihat poster tersebut, selain menarik akun tersebut memposting poster dakwah dalam bentuk video reels sehingga membuat lebih menarik. Hal tersebut juga didukung dengan hasil

wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada informan, salah satunya seperti yang diungkapkan oleh Ninda Nurhasanah:

“Yang menarik buat saya ketika melihat akun instagram mereka adalah quotes dakwah yang keren dan reels video dakwahnya yang unik dan rapi penyajiannya , sehingga enak di pandang”⁵⁴

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa poster dakwah yang dibuat dapat diterima dengan baik oleh yang melihatnya khususnya dikalangan mahasiswa.

Hal tersebut juga didukung dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada informan, salah satunya seperti yang diungkapkan oleh Andi Fadila Alimuddin:

“Mungkin dari segi isi konten dakwahnya yang seringkali relate dengan permasalahan yang dialami mahasiswa di kampus, ya tentu keunggulan itu karena pengurus hima jg kan mahasiswa, jadi nasehat dakwah yang kadang di up itu ngena' aja gitu untuk struggle yg lagi dijalani”⁵⁵

Adapun berbagai pesan dakwah melalui poster dakwah yang diunggah di akun @himaprodi_kpi_unismuh antara lain sebagai berikut:

a) Postingan Tentang Penuntut Ilmu

⁵⁴ Ninda Nurhasanah, Mahasiswa Ahwal Syakhshiyah , (Makassar: Wawancara 13 Februari 2024).

⁵⁵ Andi Fadila Alimuddin, Mahasiswa KPI, (Makassar: Wawancara 13 Februari 2024).



Pesan dakwah yang tertulis pada gambar di atas adalah “penyakit penuntut ilmu” kemudian diikuti dengan sebuah ungkapan yang diriwayatkan oleh Imam Syafi’i rahimahullah.

Dari poster dakwah tersebut ingin memberikan informasi kepada kita bahwa Seperti generasi akhir ini banyak yang melalaikan pesan Imam Syafii yang terakhir. Banyak para pencari ilmu yang tidak bersabar selama proses menuntut ilmu, terlebih dalam mendalami ilmu agama. Semangat mereka yang membara mengalahkan kesabaran mereka untuk duduk di majelis ilmu. Mereka lalai atau memang belum tahu bahwa ilmu berbeda dengan maklumat. Ilmu adalah kaidah-kaidah yang tersusun secara sistematis. Ilmu tidaklah sama seperti membaca koran lima menit atau sepuluh menit. Menuntut ilmu harus memperhatikan metode. Mana yang harus dipelajari bagi pemula, mana yang harus dipelajari bagi lanjutan dan semua itu membutuhkan kesabaran yang tinggi.

Banyak kisah para ulama salaf yang menggambarkan kesabarannya dalam menuntut ilmu, diantaranya, Al-Muzani pernah berkata, “Aku telah membaca kitab ar-Risalah milik asy-Syafi’i sejak lima puluh tahun lalu dan setiap kali aku baca aku menemukan faidah yang tidak ditemukan sebelumnya.” Lihatlah, al-Muzani adalah seorang fakih, seorang fakih saja rela mengulang-ngulang membaca suatu kitab, bagaimana dengan kita yang jauh dari kemampuan para ulama salaf, yang malas menelaah suatu ilmu, malas mendengarkan penjelasan guru, yang berat berlama-lama mengkaji suatu diskursus keilmuan.⁵⁶

Sa’addu ad-Din at-Taftazani seringkali menangis karena susah memahami penjelasan gurunya namun ia terus bersabar hingga ia benar-benar memahaminya. Perhatikanlah tingkat kesabaran para ulama. Jika kita menengok generasi akhir ini, mereka banyak yang tidak sabar duduk berlama-lama di majelis ilmu. Pemandangan yang memilukan dimana mereka belum memiliki kapabilitas suatu keilmuan, belum mengikuti jalan para salafush salih dalam menuntut ilmu namun sudah berani menisbatkan gelar alim kepada dirinya dan menyampaikan ilmu yang bukan kapasitasnya.⁵⁷

b)Postingan Tentang Amalan

⁵⁶ [https://ump.ac.id/hikmah/1709/kesabaran,dalam,menuntut,ilmu,html](https://ump.ac.id/hikmah/1709/kesabaran-dalam-menuntut-ilmu.html)

⁵⁷ Ibid



Pesan dakwah yang tertulis pada gambar di atas adalah “Amalan Yang Pertama Kali Dihisab” kemudian diikuti dengan hadis yang diriwayatkan oleh HR. Tirmidzi.

Dari poster dakwah tersebut dapat dilihat dari gambar orang sedang melaksanakan sholat sehingga yang melihat poster tersebut mudah mengetahui isi dari pesan tersebut. Alasan sholat jadi amalan yang dihitung pertama kali pada Hari Kiamat tak lepas dari kedudukannya yang tinggi dalam Islam. Sebab sholat merupakan rukun Islam kedua dan menjadi tolak ukur keislaman seorang Muslim.

Dr. Sa'id bin Ali bin Wahaf al-Qahtani dalam buku Panduan Shalat Lengkap menyebut dalam hadis Mu'adz diriwayatkan Nabi Muhammad SAW bersabda:

رَأْسُ الْأَمْرِ الْإِسْلَامُ وَعَمُودُهُ الصَّلَاةُ وَذُرْوَةُ سَنَامِهِ الْجِهَادُ

Artinya:

“Kepala segala urusan adalah Islam dan tiangnya adalah sholat, sementara puncaknya adalah jihad.” (HR. Tirmidzi, Ibnu Majah dan Ahmad).⁵⁸

Maksudnya, Islam tidak dapat ditegakkan tanpa adanya sholat. Ibarat bangunan, sholat adalah tiang dan apabila bagian itu rusak maka semuanya akan hancur. Oleh sebab itu Allah memerintahkan umat-Nya menegakkan sholat sesuai syariat Islam. Sebagaimana firman-Nya dalam Al-Quran surat Al-Baqarah Ayat 43 yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Terjemahnya:

“Tegakkanlah sholat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk”⁵⁹

Inti dari ayat tersebut, sholat harus dilakukan dengan benar sesuai ajaran Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihi wasallam*. Apabila sholatnya tidak benar maka akan celaka, seperti bunyi surat An-Nisa ayat 142 berikut ini:

إِنَّ الْمُنَافِقِينَ يُخَدِعُونَ اللَّهَ وَهُوَ خَادِعُهُمْ وَإِذَا قَامُوا إِلَى الصَّلَاةِ قَامُوا كُسَالًا يُرَاءُونَ

النَّاسَ وَلَا يَذْكُرُونَ اللَّهَ إِلَّا قَلِيلًا

⁵⁸ Riwayat Tirmidzi, No 2/1314, No 3973, dan Ahmad 5/231, dihasankan Oleh Al-Albany dalam kitab Irwa’ul-Ghalil, 2/138

⁵⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, (Jakarta: Suara Agung, 2019), hal.

Terjemahnya:

“Sesungguhnya orang munafik itu hendak menipu Allah, tetapi Allah-lah yang menipu mereka. Apabila mereka berdiri untuk sholat, mereka lakukan dengan malas. Mereka bermaksud ria (ingin dipuji) di hadapan manusia. Dan mereka tidak mengingat Allah kecuali sedikit sekali”⁶⁰

c) Postingan Tentang Puasa



Dari poster di atas memiliki pesan yang bertuliskan “Puasa Adalah Perisai” kemudian diikuti oleh hadis yang diriwayatkan oleh HR. Bukhori dan Muslim. Yang dimaksud puasa sebagai (جُنَّةٌ) (perisai) adalah puasa akan menjadi pelindung yang akan melindungi bagi pelakunya di dunia dan juga di akhirat.

Adapun di dunia maka akan menjadi pelindung yang akan menghalanginya untuk mengikuti godaan syahwat yang terlarang di saat puasa. Oleh karena itu tidak boleh bagi orang yang berpuasa untuk membalas orang yang menganiaya dirinya dengan balasan serupa, sehingga jika ada yang mencela ataupun menghina dirinya

⁶⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Suara Agung, 2019), hal. 101

maka hendaklah dia mengatakan, “Aku sedang berpuasa.”

Adapun di akhirat maka puasa menjadi perisai dari api neraka, yang akan melindungi dan menghalangi dirinya dari api neraka pada hari kiamat (Lihat *Syarh Arba'in An-Nawawiyah*, Syaikh Ibnu ‘Utsaimin *rahimahullah*).⁶¹

d) Postingan Tentang Keistimewaan Bulan Haram



Dari poster di atas memiliki pesan yang bertuliskan “Keistimewaan Bulan Haram” kemudian diikuti dengan sebuah Tafsir Imam At-Thabrani. Bertemu dengan bulan Muharram adalah kebahagiaan tersendiri bagi orang beriman. karena bulan ini kesempatan emas untuk mendulang kebaikan dan amal shaleh. semangat ini tergambarkan dalam kehidupan generasi awal. Seperti Umar, Aisyah, Abu Thalhah

⁶¹<https://muslim.or.id/30048-puasa-adalah-perisai-seorang-muslim.html>

dan yang lainnya. Berkata Abu Usman An nahdi; “Adalah kebiasaan para salaf mengagungkan tiga waktu darisepuluh hari yang utama: Sepuluh hari terakhir dari bulan Ramadhan, sepuluh hari pertama bulan Dzulhijjah dan sepuluh hari pertama bulan Muharram”.

Kemuliaan bulan Muharram ini terus berlanjut dalam Agama Islam. Muharram adalah salah satu bulan dari empat yang dimuliakan oleh Allah yang disebut dengan bulan-bulan haram (Al-Asyhur Al-Hurum) yakni bulan-bulan yang dilarang oleh Allah untuk melakukan kontak senjata atau peperangan.

Bulan Haram dalam Islam terdiri dari 4 bulan yaitu Muharram, Rajab, Dzulqaidah, dan Zulhijah. Dinamakan demikian karena pada bulan tersebut Allah SWT melarang seluruh hamba-Nya berbuat dosa atau melakukan hal yang dinilai haram secara syariat Islam.

e) Postingan Tentang Sunnah Mandi Pada Hari Jumat



Dari poster di atas memiliki pesan yang bertuliskan “Sunnah Mandi Pada Hari Jumat” diikuti dengan hadis yang diriwayatkan oleh hr. abu daud dan tirmidzi. Dengan dilengkapi sebuah gambar tangan dan air.

sebagaimana seperti dijelaskan dalam hadis, nabi saw bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّه كَانَ يَقُولُ: غُسْلُ يَوْمِ الْجُمُعَةِ وَاجِبٌ عَلَى كُلِّ مُحْتَلِمٍ كَغُسْلِ الْجَنَابَةِ

Artinya:

Dari Abu Hurairah radhiyallahu anhu berkata, “Mandi hari Jumat hukumnya adalah wajib bagi setiap orang yang telah mimpi basah (balig) sebagaimana mandi janabah.” [H.R. Malik]⁶²

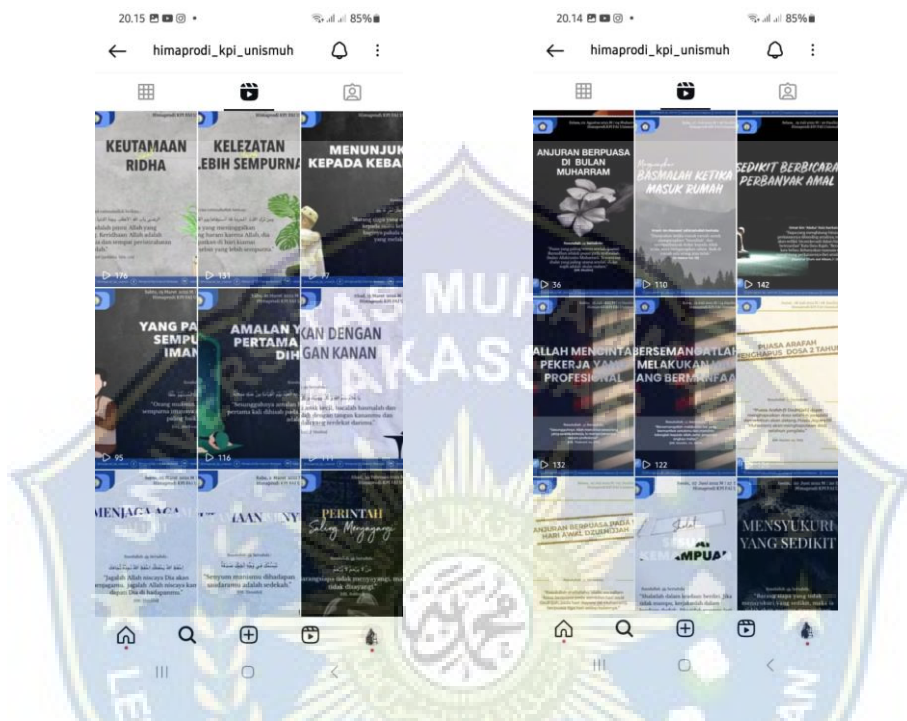
Hadits tersebut mengandung pesan bahwa hari Jumat adalah hari raya di mana umat Islam berkumpul untuk melaksanakan ibadah sholat dan mendengarkan khutbah dari seorang khatib.

Nabi Muhammad SAW juga mengajarkan kepada umatnya tentang bagaimana cara memuliakan ataupun menghormati hari Jumat. Nabi SAW berpesan untuk tampil dengan penampilan terbaik pada Jumat.

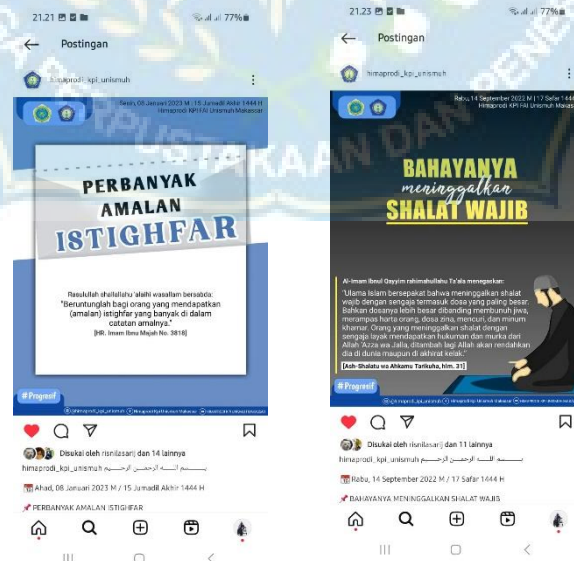
Sabda Rasulullah SAW bahwa "Ketika datang hari Jumat, maka mandilah", merupakan anjuran sunnah untuk membersihkan diri pada hari Jumat. Secara bahasa Arab, kata 'Falyaghtasil' adalah *fi'il amr* atau kata perintah.

⁶² H.R. Malik (no. 267) dengan sanad yang sahih, lihat: Ahadits al-Jumu'ah oleh Abdul Quddus Muhammad Nadzir (hal. 202)

Adapun berikut jumlah beberapa followers dari akun Himaprodi KPI FAI Unismuh Makassar yang melihat postingan poster dakwah yang diunggah oleh akun tersebut:



Gambar 1.4 video reels di akun instagram @himaprodi_kpi_unismuh



Gambar 1.5 poster dakwah di akun instagram @himaprodi_kpi_unismuh

Dari gambar di atas dapat dilihat perbedaan dari banyaknya jumlah like dan penonton, bahwasannya lebih banyak yang tertarik dengan poster dakwah yang dibuat dalam bentuk video dibandingkan dengan unggahan foto saja.

Dengan memanfaatkan fitur reels pada instagram sehingga lebih muda menarik perhatian para penonton. Salah satunya seperti yang diungkapkan oleh Ninda Nurhasanah:

“Yang menarik buat saya ketika melihat akun instagram mereka adalah quotes dakwah yang keren dan reels video dakwahnya yang unik dan rapi penyajiannya , sehingga enak di pandang”⁶³

Dari pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa fitur reels lebih menarik dengan dilengkapi desain yang unik dan rapi.

⁶³ Ninda Nurhasanah, Mahasiswa Ahwal Syakhshiyah , (Makassar: Wawancara 13 Februari 2024).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari Aktivitas Dakwah Melalui Poster Dakwah di Media Sosial Instagram Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, dalam bab ini peneliti akan memaparkan kesimpulan berdasarkan rumusan masalah pada Bab 1. Kesimpulannya sebagai berikut:

1. Aktivitas dakwah Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar melalui poster dakwah pada instagram, Segala macam aktivitas himpunan mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran islam universitas muhammadiyah makassar khususnya di bidang dakwah diambil alih oleh bidang yang bertanggung jawab yaitu bidang humas & IT dengan memanfaatkan salah satu media sosial Instagram. Salah satu media yang digunakan untuk berdakwah yaitu instagram dengan memanfaatkan berbagai fitur pada aplikasi instagram. Dengan cara memposting poster dakwah setiap tiga kali dalam sepekan.
2. Cara meningkatkan aktivitas dakwah melalui poster dakwah yaitu bidang dakwah bekerja sama dengan bidang humas dan it yang di mana bidang dakwah mencari bahan dakwah untuk di bahas kemudian bidang humas dan it membuat desain dengan semenarik mungkin. Bidang humas dan it lebih

sering menggunakan fitur video reels pada instagram karena pengguna instagram lebih tertarik pada pesan yang dibuat dalam bentuk video.

3. Faktor yang mempengaruhi aktivitas dakwah melalui poster dakwah yaitu Adapun faktor penghambatnya yaitu disebabkan oleh jaringan yang kurang stabil serta kehabisan kuota pada saat memposting poster dakwah. Namun ada solusi dibalik faktor penghambat tersebut yaitu jika jaringan yang kurang stabil maka akan diambil alih oleh anggota bidang lainnya, dan apabila kehabisan kuota akan difasilitasi kuota dari tim bendahara. Adapun pendukungnya yaitu penyebarannya menjadi jauh lebih mudah, praktis, cepat, dan menjangkau khalayak yang sangat luas sehingga setiap pendakwah berpeluang menyiarkan pesan-pesan dakwahnya ke seluruh penjuru dunia secara virtual.

B. SARAN

Berdasarkan pada kesimpulan di atas maka penulis dapat memberikan saran-saran yang dapat membantu mengatasi masalah yang ditemui dalam meningkatkan kecerdasan spiritual yaitu :

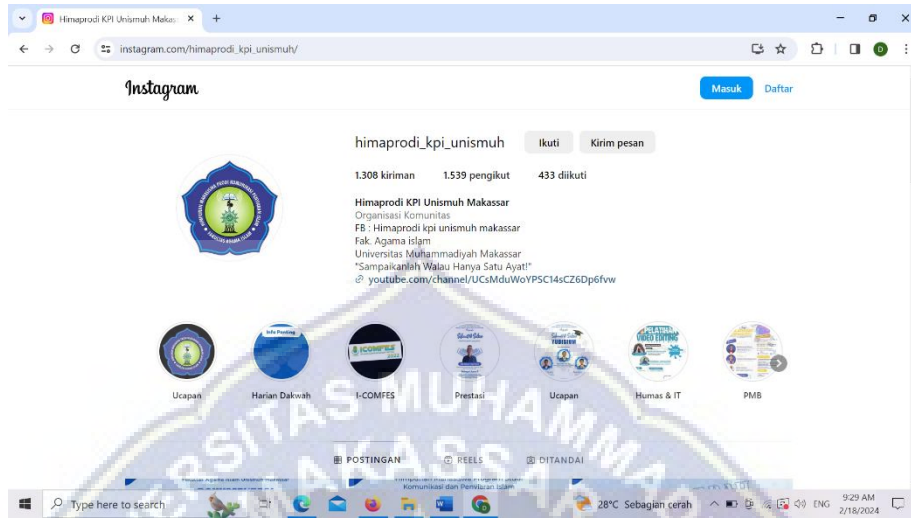
1. Diharapkan pada peneliti selanjutnya agar dapat melihat beberapa faktor lain yang belum diteliti pada kesempatan ini.
2. Dalam penelitian ini karena sampel penelitian masih terbatas maka disarankan kepada peneliti lain, yang ingin meneliti hal yang sama, agar memperbanyak sampelnya.

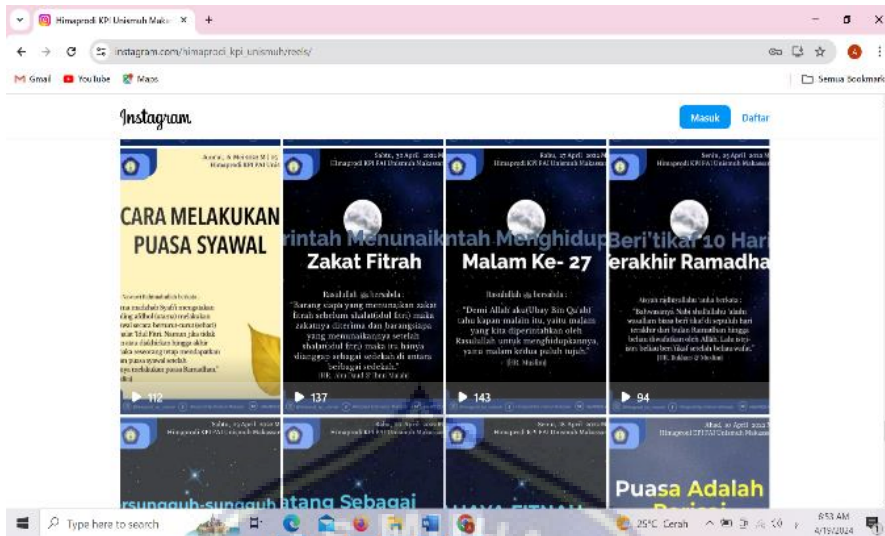
DAFTAR PUSTAKA

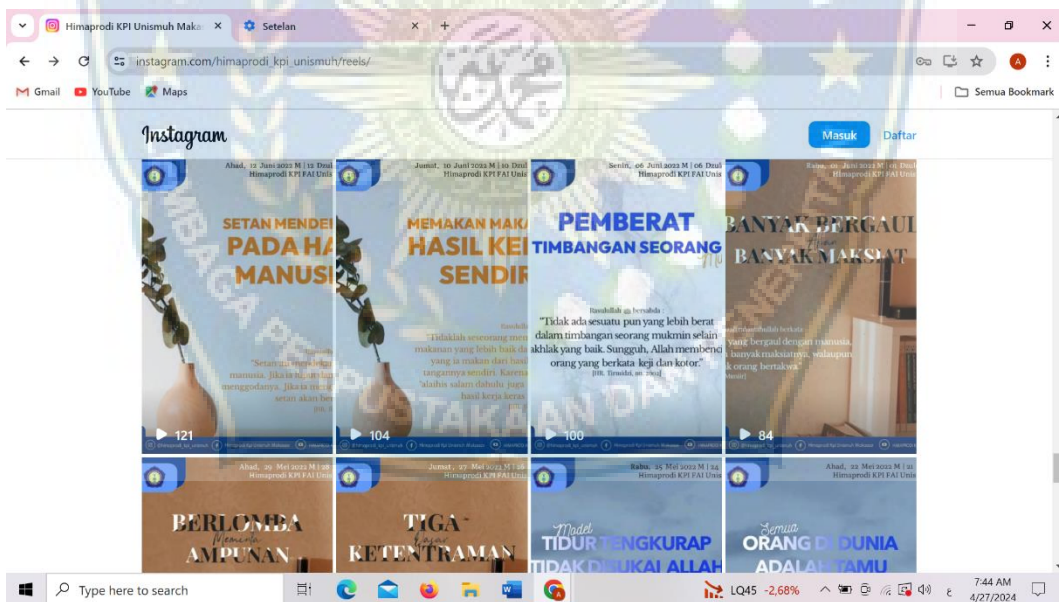
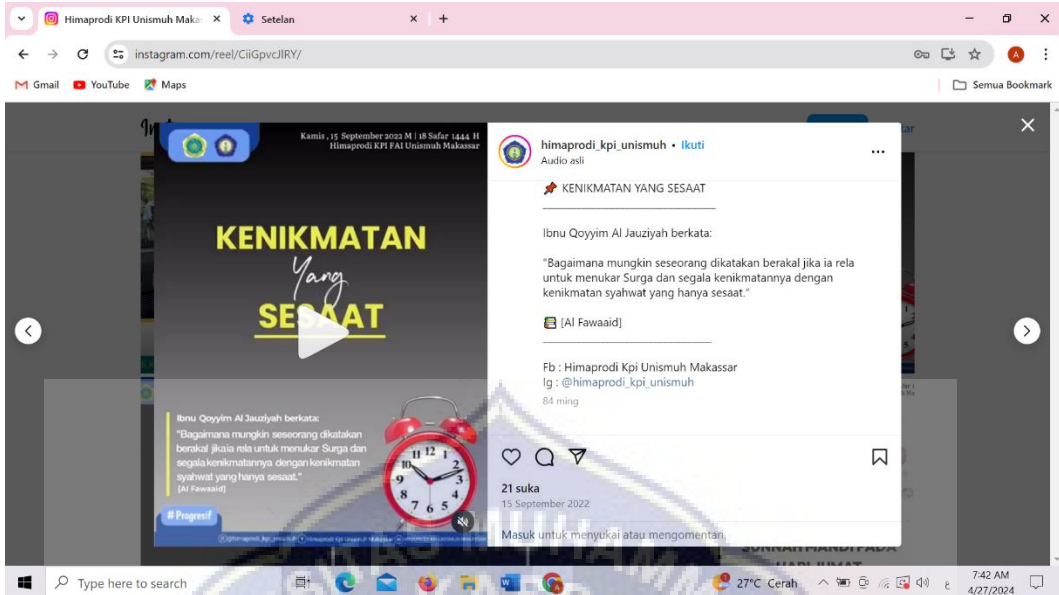
- Abdullah, M. Amin. (2010). *Dakwah Islam: Konsep dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib (1993). *Islam and Secularism*. ISTACH
- Alimuddin, Andi Fadila. (2024) Mahasiswa KPI, (Makassar: Wawancara 13 Februari).
- Anshori, Mufid. (2019), *Dakwah Instagram (Analisis Wacana Teun A Van Dijk pada Akun @Nunuz0)*. Skripsi. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Apsari, Santi Anindya. (2019). *Studi Deskripsi Penyiaran Dakwah Akun Instagram @Dakwahmuslimahid*. Skripsi. Surabaya: Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Daryanto (2010), *Media Pembelajaran*, (Yogyakarta: Gava Media)
- Departemen Agung RI. (2011), *Al-Qur'an dan Terjemahnya*
- H.R. Malik (no. 267) dengan sanad yang sahih, lihat: Ahadits al-Jumu'ah oleh Abdul Quddus Muhammad Nadzir (hal. 202)]
- Hafied Cangara (2002), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persda)
- Hasan, Noorhaidi. (2015). *Radikalisme Agama di Indonesia: Analisis Kritis Terhadap Pemikiran dan Gerakan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Hasan, Noorhaidi (2006). *Laskar Jihad: Islam, Militancy, And The Quest For Identity In Post-New Order Indonesia*. Cornell University Press
- <http://fadhilams3.blogspot.com/2016/04/poster-sebagai-media-dakwah.html>.
Diakses pada 16 Januari 2019 Pukul 13.00 WIB
- <https://muslim.or.id/30048-puasa-adalah-perisai-seorang-muslim.html>
- Jahi, Amri (1998), *Komunikasi Massa dan Pembangunan di Negara-negara Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Gramedia)
- Jumriani, Ketua Bidang Humas & IT HIMAPRODI KPI Unismuh Makassar, (Makassar: Wawancara 15 Februari 2024).
- Konstelnick, C., & Roberts, D. D. (2011). *Designing Visual Language: Strategies For Professional Communicators*. Long Grove, IL: Waveland Press.

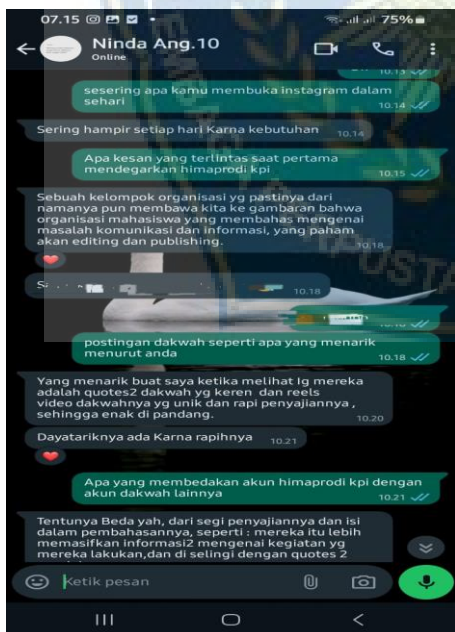
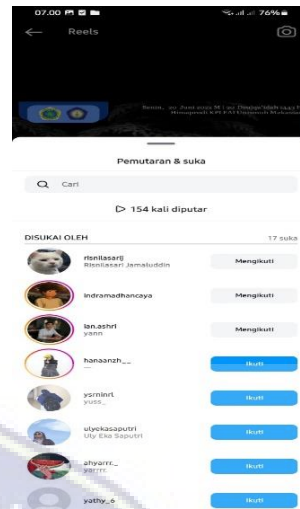
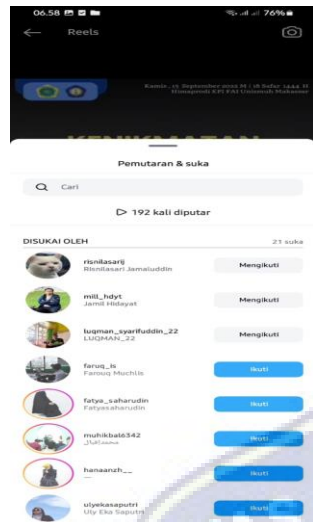
- Kurniawan, A. (2018). *Desain poster dakwah sebagai media komunikasi visual*. Jurnal Komunikasi Visual, 10 (1), 1-10
- Kurniawan, Dedi. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Teori Dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Ninda Nurhasanah, Mahasiswa Ahwal Syakhshiyah , (Makassar: Wawancara 13 Februari 2024).
- Qardhawi, Yusuf. (2001). *Dakwah dalam Islam*. Jakarta: Gema Insani Press
Riwayat Tirmizi, No 2/1314, No 3973, Dan Ahmad 5/231, Dihasankan Oleh Al-Albany Dalam Kitab Irwa'ul-Ghalil, 2/138
- Rulli Nasrullah (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio Teknologi*. (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media)
- Samsul Munir Amin (2009), *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Hamzah)
- Saputra (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Supriyono, Rakhmat. (2017). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Supriyono, Rakhmat. (2017). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Cv Andi Offset
- Yusuf, M. (2017). *Dakwah melalui media poster*. Jurnal dakwah tabligh, 18(1), 1-14
- Yuwono. (1985). *Ikhtisar Komunikasi Administrasi*. Yogyakarta: Liberty

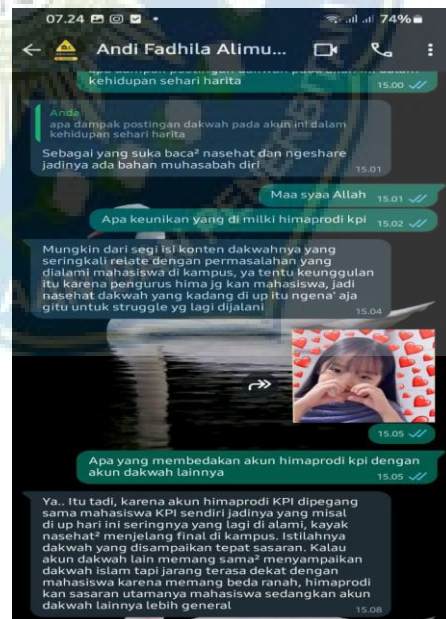
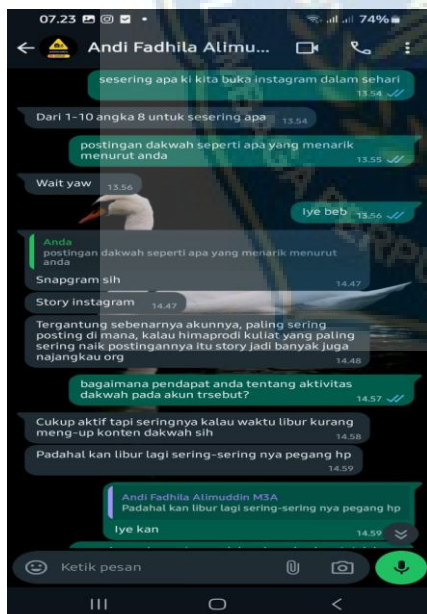
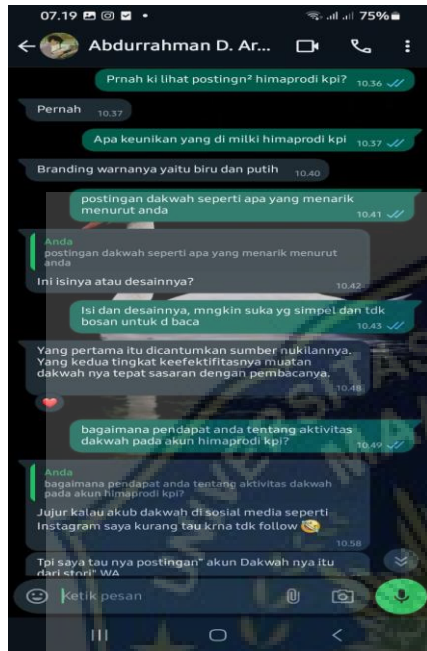
DOKUMENTASI















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 : Ayu Alfa

Nim : 105271114620

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	9 %	10 %
2	Bab 2	23 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	9 %	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, 10 Mei 2024

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Ningsih, S.Hum., M.I.P.
NBM. 964 591

Ayu Alfa 105271114620 Bab I

by Tahap Tutup



Submission date: 08-May-2024 08:56AM (UTC+0700)

Submission ID: 2373813172

File name: BAB_I_SKRIPSI_AYU_ALFA...docx (24.73K)

Word count: 1328

Character count: 7999

Ayu Alfa 105271114620 Bab I

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

idr.uin-antasari.ac.id

Internet Source

5%

2

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

4%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

Off



Ayu Alfa 105271114620 Bab II

by Tahap Tutup



Submission date: 08-May-2024 08:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 2373813776

File name: BAB_II_AYU_ALFA.docx (45.27K)

Word count: 2820

Character count: 18306

Ayu Alfa 105271114620 Bab II

ORIGINALITY REPORT

23%
SIMILARITY INDEX

23%
INTERNET SOURCES

9%
PUBLICATIONS

7%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.umt.ac.id Internet Source	4%
2	e-journal.metrouniv.ac.id Internet Source	3%
3	repository.ptiq.ac.id Internet Source	2%
4	media.neliti.com Internet Source	2%
5	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	2%
6	www.neliti.com Internet Source	2%
7	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
8	mwcnucipayung.blogspot.com Internet Source	2%
9	mfr.osf.io Internet Source	2%



Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off



Ayu Alfa 105271114620 Bab III

by Tahap Tutup



Submission date: 08-May-2024 08:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 2373814067

File name: BAB_III_AYU_ALFA.docx (21.72K)

Word count: 585

Character count: 3962

Ayu Alfa 105271114620 Bab III

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unika.ac.id Internet Source	2%
2	repository.iainpare.ac.id Internet Source	2%
3	digilib.unila.ac.id Internet Source	2%
4	Rumanita Rohmawati. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA INDUSTRI KRIPIK TEMPE "MAHKOTA" DI DESA PRANDON KABUPATEN NGAWI", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2014 Publication	2%
5	id.123dok.com Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off

Ayu Alfa 105271114620 Bab IV

by Tahap Tutup



Submission date: 08-May-2024 08:58AM (UTC+0700)

Submission ID: 2373814454

File name: BAB_IV_AYU_ALFA.docx (1.29M)

Word count: 1408

Character count: 9090

Ayu Alfa 105271114620 Bab IV

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

iainpalopo.ac.id

Internet Source

6%

2

library.uii.ac.id

Internet Source

4%



Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

Off



Ayu Alfa 105271114620 Bab V

by Tahap Tutup



Submission date: 08-May-2024 08:58AM (UTC+0700)

Submission ID: 2373814784

File name: BAB_V_AYU_ALFA.docx (19.57K)

Word count: 256

Character count: 1719

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 Nuriya Nimatul Rohmah, Endang Rahmawati. "Urgensi Pendidikan Karakter Dalam Membentuk Da'i Berkepribadian Positif Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Univeritas Muhammadiyah Mataram (Eksperimental Studi)", Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2019 5%
- Publication

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

Off



BIODATA



AYU ALFA, lahir di Lapadindi pada tanggal 15 juni 2002, anak ke empat dari empat bersaudara. Anak perempuan dari pasangan bapak La Ode Gafara dan ibu Wa Ode Alma. Pendidikan yang ditempuh penulis yaitu SDN 12 Tongkuno (2012), kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN Satap 3 Tongkuno (2016), pada bulan yang sama penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 1 Tongkuno Selatan (2020) lalu penulis melanjutkan studi I'dad Lughowi Ma'had Al-birr Unismuh Makassar (2023) dan sekarang penulis terdaftar sebagai S1 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

