

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH
BAGI MAHASISWA 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:

DEWI REZKY MAEMUNAH
NIM: 105271106919

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1444 H/2023 M**

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH
BAGI MAHASISWA 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:

DEWI REZKY MAEMUNAH
NIM: 105271106919

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1444 H/2023 M**



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara **Dewi Rezky Maemunah**, NIM. 105 27 11069 19 yang berjudul **“Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.”** telah diujikan pada hari Selasa, 30 Syawal 1444 H./ 20 Mei 2023 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.

30 Syawal 1444 H.
Makassar, -----
20 Mei 2023 M.

Dewan Penguji :

Ketua : Dr. Abdul Fattah, S.Th.I., M.Th.I.

(.....)

Sekretaris : Wiwik Laela Mukromin, M.Pd.I.

(.....)

Anggota : M. Zakaria Al Anshori, M.Sos.I.

(.....)

Muh. Ramli, M. Sos.I.

(.....)

Pembimbing I : Dr. Amirah, S. Ag., M. Si

(.....)

Pembimbing II : Aliman, Lc., M. Fil.I.

(.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,

(.....)

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

NBM. 774 234



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221



BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Sabtu, 30 Syawal 1444 H./ 20 Mei 2023 M, Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Dewi Rezky Maemunah**

NIM : 105 27 11069 19

Judul Skripsi : Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301

Sekretaris,

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA.
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Abdul Fattah, S.Th.I., M.Th.I.
2. Wiwik Laela Mukromin, M.Pd.I.
3. M. Zakaria Al Anshori, M.Sos.I.
4. Muh. Ramli, M. Sos.I.

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Rezky Maemunah

NIM : 105271106919

Fakultas/Prodi : Agama Islam/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

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

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran

Makassar, 30 Syawal 1444 H
20 Mei 2023 M

Yang membuat pernyataan



Dewi Rezky Maemunah
NIM: 105271106919

ABSTRAK

Dewi Rezky Maemunah. 105271106919. 2023. *Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.* Dibimbing oleh Amirah Mawardi dan Aliman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial Instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 serta faktor pendukung dan penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana teknik pengumpulan data selama melakukan proses penelitian menggunakan metode dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar selama dua bulan yaitu pada bulan Maret hingga April.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram berperan sebagai media dakwah bagi beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dengan menggunakan fitur *feed*, *reels*, *instastory* dan *live streaming* dalam menyebarkan konten yang berisikan pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk gambar poster dan video. Dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram tentunya tidak lepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram yaitu Instagram memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, memiliki beragam fitur serta dengan kekuatan dan kecepatan koneksi internet saat ini membuat konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram akan lebih cepat tersebar dan tersampaikan kepada *mad'u*. Adapun faktor penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram yaitu beberapa orang belum paham menggunakan Instagram terutama di kalangan orang tua, keterbatasan kouta internet, kurangnya kreativitas dalam mengemas konten dakwah dan masih kurangnya minat seseorang terhadap konten-konten positif seperti konten yang di dalamnya berisikan pesan dakwah, faktor ekonomi sehingga tidak memiliki alat komunikasi berupa *smartphone* dan faktor jaringan yang biasanya lambat, hilang ataupun terputus.

Kata Kunci: Mahasiswa, Dakwah, Media, Instagram.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur ke hadirat Allah swt. yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Salawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi dan Rasul yang telah membimbing umatnya ke arah kebenaran yang diridai oleh Allah swt. dan keluarga serta para sahabat yang setia kepadanya.

Alhamdulillah berkat hidayah dan pertolongan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas dan penyusunan skripsi ini, yang berjudul: “Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar”. Upaya peneliti untuk menjadikan skripsi ini mendekati sempurna telah peneliti lakukan, namun keterbatasan yang dimiliki peneliti maka akan dijumpai kekurangan baik dalam segi penulisan maupun dari segi ilmiah.

Peneliti menyadari, tanpa adanya bantuan dan partisipasi dari berbagai pihak, skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan seperti yang diharapkan. Oleh karena itu peneliti patut menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa peneliti ucapkan banyak-banyak terima kasih untuk kedua orang tua, Bapak Junaedi dan Ibu Hatijah HZ yang selalu mendoakan, memberikan perhatian dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

2. Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. 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.
4. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Dan selaku Pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti hingga terwujudnya skripsi ini.
5. Aliman, Lc., M.Fil.I. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Dan selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti hingga terwujudnya skripsi ini.
6. Agil Husain Abdullah, S.Sos., M.Pd., selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. H. Lukman Abdul Shamad, Lc. Mudir Ma'had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Bapak, Ibu Dosen peneliti di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Staf Prodi dan Mahasiswa KPI FAI Unismuh Makassar Angkatan 2020 yang telah bersedia menjadi Narasumber dalam penelitian ini.
10. Juga peneliti ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2019 yang telah saling membantu, memberikan

dukungan dan semangat untuk bisa sama-sama menyelesaikan penulisan skripsi ini.

11. Kepada semua rekan-rekan Hamda, Yus, Firda, Jihan, Ramlah, Ridha dan yang tidak sempat disebut satu per satu yang telah memberi dukungan pada proses penyusunan skripsi ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat adanya, baik terhadap peneliti maupun para pembaca.

Makassar, 21 Syawal 1444 H
11 Mei 2023 M

Dewi Rezky Maemunah
NIM: 105271106919



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| BERITA ACARA MUNAQASYAH | iv |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN TEORITIS | 9 |
| A. Kajian Teori..... | 9 |
| 1. Media Sosial..... | 9 |
| a. Definisi Media Sosial | 9 |
| b. Karakteristik Media Sosial | 9 |
| c. Jenis-jenis Media Sosial | 11 |
| 2. Instagram Sebagai Media Sosial | 13 |
| a. Definisi Instagram | 13 |
| b. Fitur-fitur Instagram | 15 |
| 3. Media Dakwah..... | 18 |
| a. Definisi Media Dakwah..... | 18 |

| | |
|--|-----------|
| b. Macam-Macam Media Dakwah | 20 |
| 4. Instagram Sebagai Media Dakwah | 24 |
| B. Kerangka Konseptual | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 28 |
| A. Desain Penelitian | 28 |
| 1. Jenis Penelitian | 28 |
| 2. Pendekatan Penelitian | 28 |
| B. Lokasi dan Objek Penelitian | 29 |
| C. Fokus Penelitian | 29 |
| D. Deskripsi Fokus Penelitian | 30 |
| E. Sumber Data | 30 |
| F. Instrumen Penelitian | 31 |
| G. Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| H. Teknik Analisis Data | 33 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 35 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 35 |
| 1. Lokasi..... | 35 |
| 2. Instagram | 36 |
| 3. Fitur-fitur Instagram | 36 |
| 4. Sekilas Tentang Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar | 38 |
| 5. Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar | 39 |
| 6. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 | 41 |

| | |
|--|-----------|
| B. Hasil dan Pembahasan | 42 |
| 1. Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 | 42 |
| 2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Menyampaikan Dakwah di Media Sosial Instagram Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020..... | 59 |
| BAB V PENUTUP | 66 |
| A. Kesimpulan..... | 66 |
| B. Saran..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 68 |
| LAMPIRAN..... | 70 |
| HASIL UJI PLAGIASI | 75 |
| BIODATA | 86 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 2.1: Kerangka Konseptual | 27 |
| Gambar 4.1: Logo Instagram | 36 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia, terbukti dengan terjadinya hubungan dan interaksi dengan orang lain dengan cara saling menyampaikan dan menerima informasi untuk memahami suatu masalah tertentu dalam kehidupan sehari-hari.¹

Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi semakin berkembang pesat, sehingga setiap aspek kehidupan manusia sangat berpengaruh dan tidak lepas dari perkembangannya. Kehadiran internet yang merupakan sebuah produk teknologi yang dijadikan sebagai media interaksi sosial di seluruh dunia, sehingga manusia dapat saling mengenal dan bertukar informasi dengan cara menghubungkan komputer dengan jaringan internet. Munculnya internet juga diimbangi dengan hadirnya telepon seluler pintar (*smartphone*) yang memberikan berbagai kemudahan bagi pengguna, salah satunya dapat dibawa kemanapun penggunanya pergi.

Internet telah menjadi topik penting bagi beberapa penduduk di seluruh dunia, karena banyaknya manfaat yang dapat diperoleh ketika menggunakan internet dengan hati-hati dan bertanggung jawab.

Internet merupakan salah satu jenis media yang mengganti pola penyebaran ide, termasuk yang berhubungan dengan agama. Kemajuan agama yang terus-

¹ Asrorun Ni'am Sholeh, *Panduan Bermuamalah Melalui Media Sosial*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2020), h. 2.

menerus disertai dengan pembaruan, terutama ketika munculnya teknologi baru. Selain itu, teknologi internet memungkinkan orang untuk melakukan komunikasi dua arah dengan meninggalkan komentar dan menanggapi komentar, baik secara bersamaan maupun tidak.²

Di Indonesia, media telah berkembang semakin maju. Perkembangan media cetak ke dunia digital dan elektronik semakin nyata. Kemudahan dalam berdakwah dapat dirasakan dengan munculnya berbagai platform media sosial seperti Whatsapp, Telegram, Instagram, Twitter dan Facebook, sehingga membuka peluang dan kesempatan baru bagi para penggerak dakwah untuk menyebarkan Islam tanpa batas-batas ruang dan waktu.

Berdakwah merupakan tugas yang mulia, karena dakwah itu tidak lebih dari mengarahkan manusia kepada kebenaran dan mengajak mereka untuk menghadapi kezaliman dan kejahilan. Dakwah hukumnya wajib bagi yang mengaku dirinya muslim, sebagaimana dalam Q.S. Ali-Imran ayat 104, Allah swt. memerintahkan manusia untuk berdakwah dan amar ma'ruf nahi mungkar.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (١٠٤)

Terjemahnya:

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.³

² Hatta Abdul Malik, “Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia”, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 36, No. 2, 2016, h. 231.

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Cet.XI; Jakarta Timur: CV Darus Sunnah, 2011), h. 64.

Dakwah terjadi sebagai hasil interaksi antara beberapa unsur, antara lain yaitu *da'i* (komunikator) atau penyampai dakwah, penerima/pendengar, lingkungan, dan sarana/media dakwah. Dalam kegiatan dakwah, unsur-unsur tersebut merupakan sistem yang saling mempengaruhi dan pencapaian suatu dakwah sangat dipengaruhi oleh peran semua unsur tersebut. Salah satu unsur yang membantu selama berlangsungnya proses dakwah dikenal sebagai istilah media dakwah.⁴

Penggunaan media yang tepat dalam berdakwah menjadi salah satu unsur yang sangat penting agar pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i* akan mudah diterima dengan baik oleh mad'u. Saat ini, dakwah bisa dilakukan tidak hanya terbatas pada saat acara tertentu saja seperti dengan ceramah (*bi al-lisan*), tetapi juga dengan tulisan (*bi al-kitabah*), amar makruf dan nahi munkar, serta keteleadan dilihat dari sikap dan perilaku (*akhlak al-karimah*)⁵ dan tidak hanya terbatas pada tempat-tempat tertentu yang dimana berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat di sebuah surau, masjid atau musholla.

Melihat popularitas dan penggunaan media sosial di Indonesia, Instagram kini menjadi salah satu media komunikasi yang populer dan memainkan banyak peran. Salah satu peran media sosial Instagram yaitu dapat dijadikan sebagai ajang menebar kebaikan yaitu dengan berdakwah. Kemajuan teknologi tidak lagi membatasi dakwah hanya dilakukan di atas mimbar dan majelis taklim saja. Namun, penggunaan media sosial bisa menjadi pertimbangan sebagai sarana dan strategi

⁴ Aminudin, "Media Dakwah", *Al-Munzir: Jurnal Ilmu-Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam*, Vol. 9, No. 2, 2018, h. 346.

⁵ Ilyas Ismail, *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, (Jakarta: Kencana, 2018), h. 38.

dakwah. Media sosial merupakan sarana penyebaran informasi yang handal dan efektif untuk bersilaturahmi.⁶ Beberapa bahkan menghabiskan hampir sepanjang hari untuk mengakses media sosial. Namun, pengguna tetap harus mematuhi etika dalam menggunakan media sosial Instagram.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang dapat digunakan sebagai media dakwah. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memperkenalkan penggunanya mengunggah foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai platform media sosial, salah satunya Instagram itu sendiri. Kemampuan Instagram mengubah gambar menjadi format persegi, mirip dengan hasil kamera Kodak *Instamatic* dan Polaroid, menjadi salah satu fitur pembedanya. Pada umumnya, orang-orang lebih menyukai informasi dalam bentuk visual⁷, maka seorang *da'i* yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah penting untuk mengetahui bahwa foto dan video merupakan peran utama dalam media sosial Instagram. Meskipun adanya caption juga penting, namun biasanya orang-orang tidak terlalu memperhatikannya saat *scrolling timeline*⁸, apalagi jumlah kata di caption terbatas sehingga harus memilih kata-kata menarik dan komunikatif sebelum mengunggah konten video ataupun foto.

Pada zaman sekarang, Instagram merupakan salah satu media komunikasi yang sedang naik daun di kalangan remaja. Hal ini dikarenakan media sosial seperti Instagram lebih modern dan cocok untuk jiwa anak muda masa kini. Generasi muda

⁶ Ulfa Fauzia Zahra, dkk, "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah", *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 2, 2016, h. 66.

⁷ Tim Stiletto Book dan Mutiara Arum, *How To Win Instagram*, (Yogyakarta: Stiletto Book, 2019), h. 4.

⁸ Tim Stiletto Book dan Mutiara Arum, *How To Win Instagram...* h. 4.

merupakan pelopor teknologi media sosial instagram karena fase ini membuat para pemuda ini selalu ingin berlomba dengan teman-temannya untuk mencoba hal-hal baru seperti tik tok yang selalu muncul di pencarian instagram dan masih banyak lagi. Saat ini, Instagram juga menjadi salah satu teknologi yang dapat menghubungkan orang-orang baik yang dekat maupun yang jauh. Bahkan, sampai batas tertentu, Instagram banyak mempengaruhi kehidupan umat Islam, khususnya kaum muda, melalui informasi yang tidak kita ketahui validitasnya, seperti iklan dan gambar yang ditampilkan. Di Instagram, informasi yang kita temukan sangat cepat perlu dicek di berbagai media sosial lain seperti Google agar tidak menimbulkan fitnah. Seharusnya Instagram ini bisa digunakan untuk kebaikan untuk mengharumkan nama negara dan agama Islam dengan mengimplementasikan amar makruf dan nahi mungkar melalui media sosial seperti Instagram.⁹

Berdakwah dalam rangka untuk menyiarkan nilai-nilai Islam, mahasiswa sebagai agen perubahan (*agent of change*) dengan ide, keterampilan dan pemikiran cerdas yang dimilikinya dituntut agar turut andil berperan. Terutama bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dengan segala potensi yang dimiliki diharapkan mampu mengoptimalkan semua kemampuannya dalam berdakwah, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana atau media dakwah. Dimana media sosial Instagram merupakan suatu media komunikasi yang cukup efektif dalam menyebarkan informasi secara tepat waktu, efisien, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

⁹ Nur Hidayu Nordin, dkk, "Media Sosial dan Instagram Menurut Islam." *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 13, 1, 2019, h. 277 – 278. http://eprints.utm.my/id/eprint/85127/1/18%20NurHidayuNordin2020_MediaSosialdanInstagramMenurut.277-296.pdf (diakses pada jam 00.31, 09 Oktober 2022)

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, peneliti ingin lebih lanjut mengetahui bagaimana media sosial Instagram dijadikan sebagai media dakwah serta apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambatnya. Dengan melihat kondisi ini peneliti menjadikannya sebagai latar belakang dalam penulisan skripsi yang berjudul “Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengangkat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana peran media sosial Instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui peran media sosial Instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial instagram bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi berupa informasi dan pengetahuan tambahan mengenai perkembangan dakwah di media sosial Instagram di kalangan Mahasiswa. Di samping itu juga peneliti selanjutnya atau peneliti lain dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian yang berhubungan dengan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Akan menambah pengalaman dan wawasan dalam meneliti peran media sosial instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.
- 2) Akan mengetahui peran media sosial instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.
- 3) Akan menambah wawasan serta pengetahuan tentang aplikasi Instagram.

b. Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

- 1) Akan berfungsi sebagai bahan kajian evaluasi bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam terkait bagaimana peran mahasiswa KPI memanfaatkan peran sosial media Instagram sebagai media dakwah.
- 2) Dapat berfungsi sebagai arsip data pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

c. Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

- 1) Sebagai salah satu referensi dan rujukan bagi Mahasiswa KPI untuk mengetahui peran media sosial Instagram sebagai media dakwah serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram.

d. Bagi Akademik

- 1) Sebagai bahan untuk menambah referensi di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makassar khususnya pada pengetahuan mengenai peran media instagram sebagai media dakwah.
- 2) Sebagai paramater untuk menilai dan mengukur aktivitas dakwah mahasiswa dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang berasal dari bahasa latin, secara harfiah berarti “perantara”, yaitu komunikator dengan komunikan. Menurut Cangara, media adalah alat atau cara penyampaian pesan dari sarana komunikasi kepada khalayak.¹⁰

Media sosial adalah alat yang dirancang untuk memudahkan orang-orang untuk terlibat dalam interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam interaksi sosial dengan berkomunikasi atau berbagi teks, gambar, dan video.

Menurut Boyd, media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk terhubung, berbagi, berkomunikasi dan dalam situasi tertentu bekerja sama atau bermain satu sama lain.¹¹

b. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik berbeda yang tidak dimiliki media lain. Jika dibandingkan dengan bentuk media lainnya, media sosial memiliki batasan-

¹⁰ Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, "Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor." *Sosiohumaniora*, Vol. 20, No. 2, 2018, h.155.

¹¹ Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, "Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor." *Sosiohumaniora*... h.156.

batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dijumpai di sosial media. Adapun karakteristik dari media sosial, yaitu:

1) Internet

Landasan dari media sosial adalah internet. Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan berinteraksi secara selektif, baik secara *real-time* atau tidak serempak, dengan khalayak yang luas dan sempit, mengkreasikan konten yang dibuat oleh pengguna, dan adanya tanggapan interaksi dengan pengguna lain.¹²

2) Informasi (*informations*)

Informasi merupakan komponen penting dari media sosial karena pengguna media sosial dapat membentuk representasi identitas mereka, menghasilkan materi atau konten, dan berkomunikasi berdasarkan dengan harapan mereka.

3) Arsip (*archive*)

Media sosial sebagai alternatif penyimpanan arsip digital pribadi. Bagi pengguna media sosial, arsip telah berperan sebagai karakter yang menjelaskan bahwa materi telah disimpan dan dapat diakses kapan saja dan dari perangkat apa saja.

4) Interaksi (*interactivity*)

Media sosial membangun hubungan antara orang-orang yang tidak hanya tentang memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) saja, mereka juga membangun hubungan dengan cara berinteraksi satu sama lain.¹³

¹² Eriyanto, *Analisi Jaringan Media Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial*, (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2021), h. 60.

¹³ Agus Yulistiyono, *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*, (Cirebon: Insani, 2021), h. 22.

5) Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Didasarkan pada teknologi 2.0, konten media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun (*User Generated Content/UGC*). Melalui UGC, pengguna dapat mengkreasikan isi kontennya sesuai dengan keinginan, baik itu berupa teks, gambar, audio maupun video.

6) Komunikasi Massa Interpersonal (*masspersonal communication*)

Menurut Carr & Hayes, media sosial merupakan perpaduan antara komunikasi massa dengan komunikasi interpersonal. Dimana pada komunikasi massa (seperti radio, televisi, surat kabar), komunikasi berlangsung dari satu sumber ke banyak orang, namun berbeda dengan komunikasi interpersonal yang berlaku hanya dari satu orang ke satu orang lainnya. Media sosial menggabungkan dua bentuk komunikasi tersebut. Gambaran sederhana, dalam media sosial kita sedang berinteraksi dengan seseorang (interpersonal), tetapi percakapan tersebut dapat dilihat dan diikuti oleh banyak orang (komunikasi massa).¹⁴

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Dengan melihat perkembangan media sosial saat ini, media sosial dapat dikategorikan berberapa jenis dilihat dari bentuk konten dan kegunaannya, yaitu sebagai berikut:

1) Layanan Blog

Blog merupakan bentuk media sosial yang dapat dianggap sebagai jurnal pribadi di internet, di mana penggunaanya dapat berbagi beragam hal informasi

¹⁴ Eriyanto, *Analisi Jaringan Media Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial...* h. 60.

mengenai catatan pemikiran dan ide dengan orang lain yang dapat berupa tulisan, gambar atau video. Contoh blog yaitu WordPress dan Blogger. Blog memiliki sifat interaktif, namun proses komunikasi dan interaksi blog tidak bersifat langsung dan seketika. Penggunaanya lazim disebut sebagai narablog (*blogger*).¹⁵

2) Layanan Jejaring Sosial (*Social Network*)

Jenis media sosial ini umumnya digunakan untuk komunikasi santai dan personal, biasanya ditujukan untuk membangun jaringan pribadi atau alumni, serta jaringan kelompok tertentu. Dalam layanan ini, pengguna biasanya saling berkiriman pesan, pesan, foto, dan video. Platform populer untuk layanan jejaring sosial adalah Facebook.

3) Layanan Blog Mikro (*Microblog*)

Platform ini menyediakan fitur berbagi teks, di mana penggunaanya bisa menuliskan tulisan-tulisan layaknya blog namun dengan karakter yang terbatas, tetapi alur interaksinya jauh lebih cepat dibandingkan *blog*, contohnya adalah Twitter.

4) Layanan Berbagi Video

Platform ini digunakan untuk berbagi video, di mana penggunaanya dapat mengunggah video, melakukan streaming video, bahkan juga terdapat fasilitas live streaming. Youtube merupakan salah satu di antaranya. Tik Tok juga bisa dimasukkan dalam kategori ini, selain berbagi video, Tik Tok juga dapat digunakan untuk membuat konten video dengan beberapa filter yang disediakan.

¹⁵ Eriyanto, *Analisis Jaringan Media Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial...* h. 63.

5) Layanan Berbagi Jaringan Profesional

Jenis platform media ini biasanya digunakan untuk berbagi jaringan profesional, mencari pekerjaan, magang, keterampilan, dan topik terkait karier profesional lainnya, contohnya adalah LinkedIn.

6) Layanan Berbagi Foto

Platform ini sebagian besar digunakan untuk berbagi foto, dimana pengguna dapat membuat perubahan langsung menggunakan efek atau filter yang disediakan. Contoh media sosial dengan layanan berbagi foto yaitu Instagram dan Snapchat.¹⁶

7) Layanan Forum

Bentuk layanan forum ini bisa dibilang salah satu jenis media sosial yang sudah lama beroperasi dan terkenal yang dapat digunakan untuk mendiskusikan masalah atau topik tertentu dengan pengguna lain di ruang diskusi. Contoh media sosial layanan forum yaitu Kaskus dan Quora.¹⁷

2. Instagram Sebagai Media Sosial

a. Definisi Instagram

Instagram merupakan gabungan dari kata “insta” dan “gram”. Kata "insta" memiliki asal kata yaitu "instan", memiliki makna seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan istilah "gambar instan". Instagram juga dapat menampilkan gambar seperti Polaroid secara instan. Kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Instagram

¹⁶ Dian Prajarini, *Media Sosial Periklanan – Instagram*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 3-4.

¹⁷ Umam, *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya* (Situs Resmi Gramedia Blog, 2021) <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>, diakses pada 24 september 2022

juga dapat membagikan gambar melalui jaringan internet, dan dapat diterima dengan cepat oleh pengguna lainnya. Itu sebabnya Instagram berasal dari kata Instan dan Telegram.¹⁸

Instagram adalah media sosial untuk berbagi foto dan video. Selain itu, pengguna media sosial ini memiliki opsi untuk mengambil foto atau video secara langsung, memodifikasinya menggunakan filter yang tersedia, dan kemudian mengunggah hasil dari foto atau video tersebut ke Instagram dan jaringan media sosial lainnya. Setelah itu, pengguna Instagram lain yang menjadi pengikut akan dapat melihat gambar dan video yang dikirimkan. Semudah ini menggunakan media sosial Instagram, yaitu mengambil foto, mengeditnya, dan memposting hasilnya.¹⁹

Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua akademisi dari Stanford University di Amerika Serikat. Instagram diluncurkan oleh mereka berdua pada bulan Oktober 2010. Sebelumnya Instagram dioperasikan sebagai aplikasi smartphone, kemudian layanan Instagram mendapatkan popularitas besar dalam waktu singkat, memiliki lebih dari 100 juta pengguna terdaftar (dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) per Januari 2013. Pengguna Instagram telah melampaui ratusan juta hanya dalam kurun waktu tiga tahun.²⁰

¹⁸ Instagram”, *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses pada 24 september 2022).

¹⁹ Bambang Winarso, “*Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?*”, (Hybrid.co.id, 2015), <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-instagram>, diakses pada 02 November 2022.

²⁰ Rini Damayanti, "Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram", *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*, Vol. 5, NO. 3, 2018, h. 262.

Pada 9 April 2012, Facebook mengumumkan bahwa mereka akan mengambil alih Instagram dengan harga sekitar \$1 miliar dalam bentuk saham dan uang tunai. Kemudian pada 11 Mei 2016, Instagram meluncurkan ikon, tampilan, dan desain aplikasi baru. Ikon baru tersebut adalah kamera sederhana dengan pelangi cerah dalam bentuk *gradien*, ikon tersebut terinspirasi oleh desain ikon aplikasi sebelumnya.²¹

b. Fitur-Fitur Instagram

Aplikasi Instagram memiliki beragam fitur, diantaranya:

1) *Home page*

Home page adalah halaman utama dalam Instagram yang menampilkan berbagai foto atau video terbaru yang diunggah oleh pengguna yang diikuti. Untuk menampilkan foto, cukup menggerakkan layar dari bawah ke atas, seperti saat menggulir dengan mouse di komputer.

2) Komentar

Instagram menyediakan fitur komentar, yaitu aktivitas yang dilakukan pengguna untuk memberikan kesan-kesan berupa pujian maupun kritikan terhadap postingan yang ada, pengguna juga dapat mengisinya dengan emoji.

3) Profil

Profil merupakan menu yang paling utama dalam Instagram. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following* serta kita dapat membagikan identitas, biodata, foto profil serta *feeds* dari foto atau video yang telah diunggah di Instagram.

²¹ Instagram”, *Wikipedia Ensiklopedia Bebas...* (diakses pada 24 september 2022).

4) Kamera

Instagram memiliki fitur kamera yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengambil foto atau video langsung dari aplikasi Instagram. Ukuran foto atau video yang dapat digunakan di Instagram hanya yang berasio 3:2 atau 1:1.

5) *Hashtag*

Hashtag digunakan pengguna untuk menjangkau lebih luas penyebaran dari video dan foto yang diunggah. Fitur *hashtag* dapat memudahkan seseorang dalam mencari sebuah foto atau video dengan menyebutkan hashtag yang diawali dengan tanda (#).

6) Tanda suka

Tanda suka atau like di Instagram adalah salah satu fitur interaktif yang menunjukkan bahwa pengguna lain menyukai foto atau video yang diunggah dengan menggunakan fitur ini.

7) *Direct Message* (DM)

Direct Message atau secara singkat disebut DM merupakan fitur mengirimkan pesan langsung kepada pengguna lain secara personal untuk bercakap-cakap melalui fitur ini.²²

8) *Upload*

Upload merupakan fitur untuk mengunggah foto, video, cerita yang menarik dari pengguna. Menu ini terhubung dengan galeri dan kamera yang terdapat di penyimpanan handphone, sehingga dengan menu ini dapat memudahkan pengguna ketika ingin mengunggah foto atau video.

²² Irfan Ardiansyah dan Anastasya Maharani, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*, (Bandung: Cendekia Press, 2020) h. 23-25.

9) *Captions*

Captions digunakan untuk memperkuat karakter dari foto atau video yang telah diunggah serta dengan *captions* dapat menjadikan foto dan video tersebut menjadi menarik.

10) *Feed*

Fitur *feed* Instagram yaitu berupa beranda yang berisikan unggahan, baik itu foto atau video, yang penggunanya unggah melalui akun Instagram yang mereka miliki.

11) *Instastory*

Instastory atau yang biasa disebut dengan *IG story*, merupakan fitur yang dapat digunakan untuk merekam video pendek berdurasi 15 detik hingga satu menit yang dapat bertahan selama 24 jam. Selain itu, pengguna juga menggunakan fitur ini untuk melakukan foto dengan berbagai macam filter, gambar *gif*, *hashtag*, *mention*, *question*, *polling* dan juga memiliki berbagai *sticker* menarik lainnya.

12) *Reels*

Reels adalah fitur yang dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengunggah video dengan durasi yang lebih lama. Pengguna dapat membuat konten video dengan tambahan fitur-fitur lainnya seperti musik, filter, dan mengatur tata letak video yang membuat konten tersebut lebih menarik.

13) *Live Streaming*

Fitur *live streaming* atau video langsung di Instagram memungkinkan pengguna untuk membuat tayangan langsung pada aplikasi Instagram. Video langsung memiliki durasi yaitu satu jam penayangan.

3. Media Dakwah

a. Definisi Media Dakwah

Media ialah bentuk jamak dari *medium* yang artinya tengah, antara, rata-rata. Ahli komunikasi memberikan definisi media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima pesan. Menurut bahasa arab, media sama dengan *wasilah* (وسيلة) atau dalam bentuk jamak yaitu *wasail* (وسائل) yang berarti alat atau perantara.²³

Kata dakwah berasal dari kata *da'a – yad'u – da'watan* (دعا – يدعو – دعوة), yang memiliki makna yang sama dengan *an Nida'* (النداء) yang artinya memanggil, mengajak, menyeru.²⁴

Secara terminologis, dakwah yaitu mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan menurut pada petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.²⁵

Beberapa definisi dakwah menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut M. Abu al-Fath al-Bayanuni, yang dimaksud dengan dakwah Islam berarti mengkomunikasikan, mengajarkan, dan menerapkan Islam dalam kehidupan manusia.
- 2) Menurut Taufik Al-Wa'i, yang dimaksud dengan dakwah Islam yaitu mengajak dua kalimat syahadat dan mengikuti manhaj Allah Swt. di bumi,

²³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Cet. VI; Jakarta: Kencana, 2017), h. 345.

²⁴ Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah, Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*, (Cet. I; Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019), h.3.

²⁵ M. Munir, *Metode Dakwah*, (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2003), h.219.

baik perkataan maupun tindakan, sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an dan Sunnah, agar memperoleh agama yang di ridhai-Nya dan manusia mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

- 3) Menurut Syaikh Ali Mahfudz, yang dimaksud dengan dakwah Islam ialah mendorong manusia untuk melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, serta memerintahkan berbuat makruf dan mencegah dari perilaku yang mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.²⁶

Media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk mengirimkan material dakwah kepada penerima dakwah. Seorang *da'i* tentu saja memiliki tujuan yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien, *da'i* harus menata komponen (unsur) dakwah dengan baik dan benar. Salah satu komponennya adalah media dakwah.²⁷

Secara hakiki, tujuan dakwah ialah menyampaikan kebenaran ajaran yang ada pada Al-Qur'an dan al-Hadits serta mengajak manusia untuk mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Masyhur Amin, dakwah memiliki tiga tujuan yaitu:

- 1) Tujuan akidah, yaitu untuk menanamkan akidah yang kuat pada setiap manusia.
- 2) Tujuan hukum, yaitu kegiatan dakwah bertujuan terbentuknya umat manusia yang mematuhi hukum-hukum yang telah disyariatkan oleh Allah swt.

²⁶ Lina Masruroh, *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah (Edisi Revisi)*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), h. 11-12.

²⁷ Irzum Farihah, "Media Dakwah Pop", *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 2, 2013, h. 29.

- 3) Tujuan akhlak, yaitu terwujudnya Muslim yang memiliki pribadi yang berbudi luhur dan berakhlakul karimah.²⁸

b. Macam-Macam Media Dakwah

Media dalam berdakwah sangat diperlukan agar dakwah yang disampaikan dapat efektif dan efisien. Menurut Moh. Ali Aziz, media dakwah dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu media auditif, media visual, dan media audiovisual.²⁹

1) Media Auditif

Media auditif (*al-sam'*) merupakan media untuk indra pendengaran. Adapun media yang merupakan media auditif yaitu sebagai berikut:

a) Radio

Radio merupakan salah satu media yang sangat penting untuk dijadikan media dakwah karena memiliki beberapa kelebihan, yaitu bersifat langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, memiliki daya tarik yang kuat dan mampu menjangkau tempat yang jauh.

b) *Cassete/Tape Recorder*

Media ini merupakan media audio yang dapat merekam suara pendakwah sehingga para penerima pesan (*mad'u*) dapat memutar kembali rekaman suara itu diamanapun dan kapanpun.

2) Media Visual

Media visual (*al-abshar*) adalah media yang ditangkap oleh penglihatan manusia. Adapun yang termasuk media visual yaitu:

²⁸ Syamsuddin, AB., *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2016), h.11

²⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah...* h. 351.

a) Pers

Pers dalam hal ini merupakan media massa yang mencakup surat kabar, majalah, tabloid, televisi dan radio, memiliki pengaruh yang sangat besar jika dijadikan sebagai media dakwah sebab memiliki beberapa keunggulan, yaitu memberikan kesempatan kepada *mad'u* untuk memilih pesan dakwah sesuai dengan kebutuhannya, tidak terikat oleh waktu, dan suatu topik yang diinginkan dapat dikembangkan melalui media lain, seperti radio, film dan televisi.

b) Majalah

Sekarang ini sudah banyak majalah secara khusus menyatakan sebagai majalah dakwah Islam. Majalah sangat efektif dijadikan sebagai media dakwah sebab memiliki karakteristik tersendiri yaitu penyajiannya lebih dalam, nilai aktualitas lebih lama, gambar/foto lebih banyak serta *cover/sampul* sebagai daya tarik.

c) Surat

Surat merupakan sarana komunikasi yang berisikan informasi tertulis dari satu pihak untuk pihak lainnya. Dakwah melalui surat telah di contohkan oleh Nabi saw. yang ditujukan kepada berbagai raja untuk mengajak mereka masuk Islam.

d) Poster

Berdakwah dengan menggunakan poster berarti dakwah dengan ketertarikan dan ingatan, sehingga desainer grafis harus memperhatikan pesan yang akan disampaikan dengan menyesuaikannya dengan gambar dan warna yang digunakan, agar audiens dapat dengan mudah memahami makna dari pesan yang disampaikan tersebut.

e) Buku

Berdakwah dengan buku merupakan investasi masa depan, karena ilmu yang telah ditulis dalam sebuah buku dapat memberikan pahala yang terus mengalir kepada penulisnya meski telah wafat sebab ilmunya terus dibaca hingga lintas generasi. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, buku kini telah memiliki versi elektronik yang biasa disebut dengan *e-book* atau buku-e (buku elektronik).

f) Internet

Internet merupakan suatu sistem jaringan yang terhubung di seluruh dunia. Perkembangan internet mulai memasuki dan menempatkan posisi yang kuat diantara deretan media massa yang lebih dahulu ada. Internet dapat dijadikan sebagai media dakwah karena sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan dapat tersebar luas hanya dalam hitungan detik tanpa mengenal tempat dan waktu.

g) SMS (*Short Message Service*)

SMS adalah layanan pesan singkat atau surat pendek yang dibuat melalui ponsel untuk mengirim atau menerima pesan teks. Dakwah dengan SMS dapat berupa pesan harian, doa-doa, solusi agama, dan sebagainya.

h) Brosur

Brosur atau pamflet adalah terbitan tidak berkala yang hanya terdiri dari satu sampai beberapa halaman dan diselesaikan dalam satu terbitan. Media ini memiliki keunggulan karena mengulas suatu suatu topik secara singkat dan dapat memasarkan sebuah ideologi yang tidak hanya dengan mengandalkan dakwah secara lisan.

3) Media Audiovisual

Media audiovisual merupakan gabungan dari media auditif dan media visual. Media ini mampu menutupi kekurangan dari media auditif maupun media visual. Adapun media yang termasuk dalam media audiovisual, yaitu:

a) Televisi

Televisi merupakan sebuah alat penerima siaran gambar bergerak serta suara yang berfungsi untuk memberikan informasi, menghibur dan memengaruhi. Media ini dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah yang efektif, karena jangkauan dakwahnya lebih luas serta di beberapa daerah pedesaan, masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu di depan televisi.

b) Film

Film merupakan hasil rekaman dari orang dan benda yang sering disebut dengan *movie*. Film dapat dijadikan sebagai media dakwah dengan melihat keunggulannya yaitu lebih mudah diingat dan informasi yang disampaikan lebih baik dan efisien dengan menggunakan media ini.

c) Sinema Elektronik

Sinema elektronik atau umumnya dikenal dengan sinetron merupakan sandiwar bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Sinetron biasanya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai dengan konflik, seperti layaknya drama. Di Indonesia, sinetron dengan nuansa dakwah mulai bermunculan pada tahun 2000-an hampir di semua stasiun TV, contohnya takdir ilahi, hidayah dan sebagainya.

d) Cakram Padat

Cakram Padat atau dikenal dengan CD (*Compact Disc*) merupakan sebuah piringan optik digital yang digunakan untuk menyimpan data secara digital. Berbagai model dakwah dapat direkam dalam CD yaitu CD ceramah agama, CD alunan ayat suci Al-Qur'an, dan lain sebagainya.³⁰

4. Instagram Sebagai Media Dakwah

Aplikasi Instagram saat ini dapat dimanfaatkan oleh para pegiat dakwah untuk berdakwah. Dengan memanfaatkan fitur foto ataupun video pada aplikasi Instagram yang dimaksudkan dapat menumbuhkan kreativitas. Selain mengabadikan objek, foto yang diunggah bisa berupa desain *typografi*, poster ataupun gambar komik dengan pesan dakwah yang terdapat didalamnya. Tidak hanya foto, unggahan video di Instagram menampilkan berbagai macam kreativitas, antara lain yaitu video dakwah, *motion graphic*, film pendek, vlog, dan sebagainya yang mana pada video tersebut pesan yang disampaikan mengandung unsur dakwah.³¹

Adapun beberapa bentuk konten dakwah yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah di media sosial Instagram, yaitu sebagai berikut:

a) Poster

Seorang pegiat dakwah di media sosial Instagram dapat menyampaikan pesan dakwahnya dengan mengunggah foto atau gambar. Adapun yang sedang populer di Instagram saat ini yaitu berdakwah melalui poster. Poster adalah karya seni yang di desain dengan memperhatikan komposisi gambar dan huruf di atas

³⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah...* h. 352-365.

³¹ Nisa Adilah Silmi, "Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @hijabalila", *Skripsi*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, h. 28.

kertas berukuran besar. Selain untuk menyampaikan pesan, poster juga mampu untuk mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku seseorang yang melihatnya.³²

b) Video

Salah satu konsep dakwah yang kreatif saat ini yaitu dengan berdakwah melalui video di Instagram guna untuk mengedukasi, memotivasi atau mengubah perilaku target dakwah (pengguna Instagram) agar menjadi lebih religius. Dalam mengunggah video dakwah di Instagram, terdapat beberapa hal yang perlu untuk diperhatikan yaitu mengemas dakwah dengan *backsound* menarik sehingga penyampaian pesan dakwah tidak terkesan monoton dan hendaknya menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan kalangan remaja sehingga mereka bersedia menerima dan dapat memahami pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video tersebut.³³

B. Kerangka Konseptual

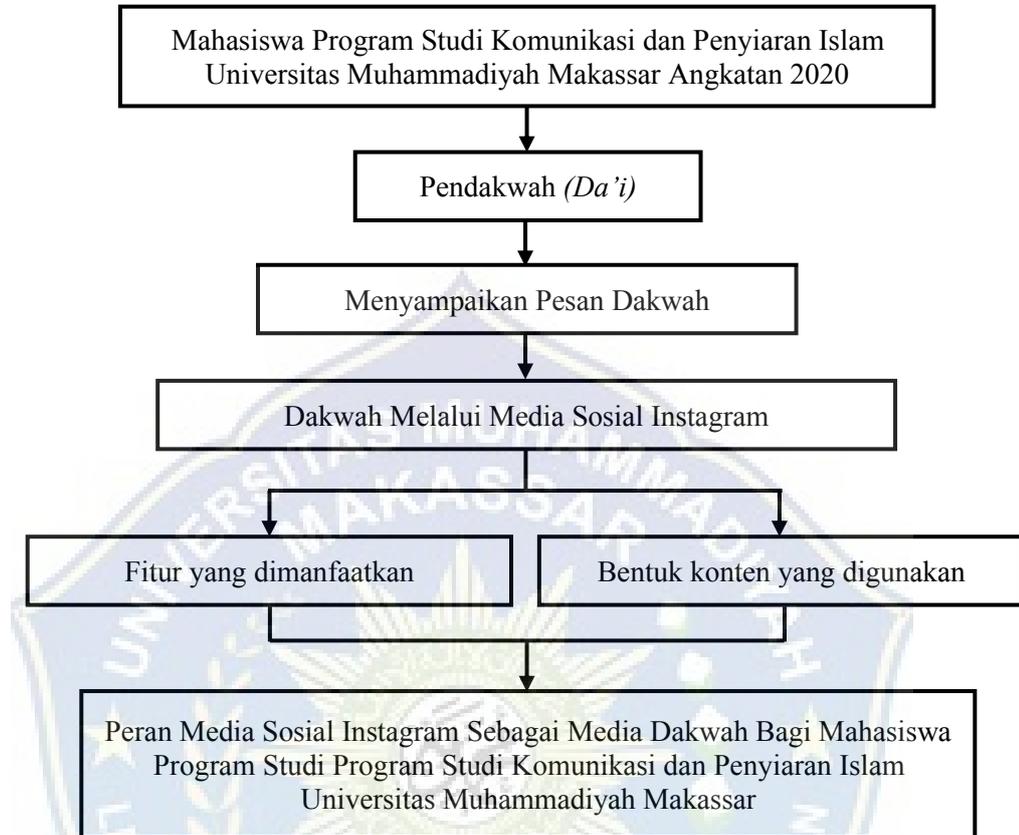
Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual ini berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan secara rinci tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka konseptual ini berguna untuk menjelaskan atau menggambarkan alasan adanya penelitian ini dengan permasalahan tentang Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi

³² Nofita Solihatin, “Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure”, *Skripsi*, Purwokerto: UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2021, h. 43.

³³ Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana, “Efektivitas Dakwah melalui Instagram”, *Nyimak: Journal of Communication*, Vol. 4, No. 1, 2020, h. 2.

Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah sudah banyak diminati oleh masyarakat. Aktifitas dakwah ini sudah banyak dilakukan oleh perorangan maupun kelompok termasuk Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020. Dengan menggunakan media sosial Instagram, seseorang dapat memanfaatkannya sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dakwah berupa konten ceramah, quotes islami hingga kutipan ayat dan hadits. Dalam hal ini penelitian yang dilakukan akan mengetahui bagaimana Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar khususnya pada angkatan 2020 dalam menyebarkan pesan dakwah menggunakan Instagram, dimana pada saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di masyarakat baik bagi kalangan anak muda hingga orang dewasa. Hal tersebut menjadikan pendakwah (*da'i*) harus senantiasa berinovasi dalam memanfaatkan Instagramnya terutama dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia didalamnya.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti dalam proses penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati secara langsung.

Penggunaan jenis penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara rinci dan menyeluruh mengenai peran media sosial Instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, serta dapat mengetahui faktor pendukung dan penghambat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah.

2. Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan sebagai berikut:

a. Pendekatan Komunikasi Dakwah

Pendekatan komunikasi dakwah yaitu suatu pendekatan komunikasi yang memiliki ciri khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan

agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.³⁴

b. Pendekatan Media Sosial

Pendekatan Media sosial merupakan media komunikasi bagi manusia untuk berinteraksi satu sama lain yang dilakukan secara online, dan memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Jl. Sultan Alauddin no. 259, Kel. Gunung Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia. Tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Agama Islam, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun objek penelitiannya adalah Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020. Peneliti membatasi objek penelitian pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang diteliti yaitu Mahasiswa Angkatan 2020.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini berfokus kepada bagaimana Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, serta mengetahui faktor pendukung dan penghambatnya.

³⁴ Mubasyaroh, "Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)", *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1, 2016, h. 107.

D. Deskripsi Fokus Penelitian

Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian yang dimaksud disini adalah peran media sosial Instagram sebagai media penyampaian dakwah dalam bentuk konten tulisan, gambar atau foto maupun video yang didalamnya berisikan pesan-pesan dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 yang kemudian konten tersebut dibagikan di media sosial Instagram melalui fitur-fitur diantaranya yaitu *feed*, *reels*, *instastory* dan *live streaming*.

E. Sumber Data

Sumber data yang peneliti terapkan pada penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti.³⁵ Data primer yang peneliti ambil adalah data yang berkaitan dengan media sosial Instagram sebagai media dakwah atau berdakwah dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah. Pada penelitian ini, data primer peneliti peroleh dari hasil wawancara dengan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 225.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti.³⁶ Sumber data sekunder dapat menjadi penunjang untuk data primer. Peneliti dapat memperoleh data sekunder lewat buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Instrumen mempunyai arti alat yang digunakan untuk mengerjakan sesuatu.³⁷ Dapat dipahami bahwa instrumen penelitian adalah alat bantu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam meneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis.

Adapun instrumen penelitian yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Pedoman observasi yaitu untuk mengamati aktivitas Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam menggunakan media sosial Instagram sehingga dapat menguatkan dan juga membantu jalannya proses penelitian.
2. Pedoman wawancara yang berisi pertanyaan untuk mendapatkan pokok materi yang ingin ditanyakan secara langsung kepada narasumber yaitu Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 mengenai bagaimana peran media sosial Instagram sebagai media dakwah. Biasanya wawancara

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...* h. 225.

³⁷ Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia.*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 593.

dilakukan secara bertatap muka langsung dengan narasumber dan dapat juga dilakukan secara tidak langsung yaitu melalui telepon, chat dan email.

3. Catatan dokumentasi yaitu berisi tentang dokumen-dokumen mengenai media sosial Instagram dan profil program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Alat Tulis Menulis, yaitu alat yang peneliti digunakan menulis hal atau poin penting ketika melakukan pengumpulan data pada saat wawancara.
5. *Handphone*, yaitu alat yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data berupa gambar dokumentasi di lokasi penelitian dan sebagai alat perekam ketika wawancara dengan narasumber.
6. Komputer atau Laptop, yaitu alat yang peneliti gunakan untuk menyusun hasil penelitian selama meneliti di lapangan.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu.³⁸ Observasi dalam penelitian ini adalah peneliti meneliti kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Makassar Angkatan 2020 dengan cara mengikuti dan memantaunya di sosial media Instagram.

³⁸ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, (Cet. I; Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), h. 68.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara menanyakan secara langsung mengenai sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.³⁹ Namun, seiring dengan kemajuan teknologi, wawancara dapat dilakukan secara virtual, yakni dengan menggunakan media telekomunikasi dan media sosial. Peneliti melakukan wawancara secara langsung maupun tidak langsung kepada Mahasiswa terkait Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

3. Dokumentasi

Dokumen dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen, data-data ataupun foto yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara mendalam untuk mendukung dan membuktikan suatu kejadian.⁴⁰

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses pengolahan data secara sistematis terhadap transkrip wawancara, catatan lapangan yang terkumpul dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang data serta menyajikan apa yang telah ditemukan kepada orang lain.

³⁹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Cet. IV; Jakarta: Kencana, 2017), h. 372.

⁴⁰ Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan....* h.73-74.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama penelitian berlangsung dan setelah dilapangan. Dalam buku karangan Sugiyono, Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa Analisis data terdiri atas tiga aktivitas, yaitu Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*) dan Penarikan Kesimpulan (*Verification*).⁴¹

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Menurut Sugiyono, reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Peneliti mereduksi kumpulan data yang didapatkan di lapangan dengan cara merangkum dan mengklasifikasikan sesuai dengan fokus permasalahan penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya yaitu menyikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat berupa uraian penjelasan singkat, tabel, dan uraian teks penjelasan yang bersifat naratif.

3. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Setelah semua data telah tersaji, maka kesimpulan disusun dalam bentuk pernyataan singkat dan mudah dipahami dengan mengacu kepada tujuan penelitian.⁴²

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...* h. 246.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...* h. 246-252.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Lokasi

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar berada di dalam lingkungan Ma'had Al-Birr yang terletak di dalam area kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, tepatnya di Jl. Sultan Alauddin No. 259, Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

| | |
|-----------------|-------------------------------------|
| Sebelah Utara | : Universitas Muhammadiyah Makassar |
| Sebelah Timur | : Universitas Muhammadiyah Makassar |
| Sebelah Selatan | : Perumahan Bumi Permata Hijau |
| Sebelah Barat | : Jl. Sultan Alauddin |

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki lokasi yang sangat strategis sehingga mudah dijangkau oleh Mahasiswa yang berdomisili di Kota Makassar, Kabupaten Gowa dan sekitarnya. Peneliti mengambil objek penelitian yaitu Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar dengan membatasi objek penelitian pada Mahasiswa Angkatan 2020.

2. Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video gratis yang tersedia di *smartphone*. Pengguna Instagram dapat mengunggah foto atau video ke layanan Instagram dan membaginya dengan pengikut mereka atau dengan grup teman. Pengguna juga bisa melihat, mengomentari, dan menyukai postingan yang dibagikan oleh teman mereka di Instagram. Selain itu, pengguna media sosial ini memiliki opsi untuk mengambil foto atau video secara langsung, memodifikasinya menggunakan filter yang tersedia, dan kemudian mengunggah hasil dari foto atau video tersebut ke Instagram dan jaringan media sosial lainnya. Setelah itu, pengguna Instagram lain yang menjadi pengikut akan dapat melihat gambar dan video yang dikirimkan. Semudah ini menggunakan media sosial Instagram, yaitu mengambil foto, mengeditnya, dan memposting hasilnya.⁴³

Gambar 4.1 Logo Instagram



3. Fitur-fitur Instagram

Instagram merupakan platform jejaring sosial terkemuka dengan menawarkan berbagai fitur bermanfaat yang dapat digunakan oleh semua orang,

⁴³ Bambang Winarso, “*Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?*”, (Hybrid.co.id, 2015), <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-instagram>, diakses pada 02 November 2022.

tanpa memandang usia. Beberapa dari fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram yaitu *feed*, *Instastory*, *reels*, *live streaming* dan lain sebagainya. Fitur instagram tersebut biasanya digunakan oleh pengguna Instagram dalam hal ini oleh seorang *da'i* dalam menyebarkan konten dakwah mereka. Berikut penjelasan mengenai fitur-fitur Instagram yang seringkali digunakan oleh para pegiat dakwah di sosial media Instagram, yaitu:

a) *Feed*

Fitur *feed* Instagram yaitu berupa beranda yang berisikan unggahan, baik itu foto atau video, yang penggunanya unggah melalui akun Instagram yang mereka miliki.

b) *Instastory*

Instastory atau yang biasa disebut dengan *IG story*, merupakan fitur yang dapat digunakan untuk merekam video pendek berdurasi 15 detik hingga satu menit yang dapat bertahan selama 24 jam. Selain itu, pengguna juga menggunakan fitur ini untuk melakukan foto dengan berbagai macam filter.

c) *Reels*

Reels adalah fitur yang dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengunggah video dengan durasi yang lebih lama. Pengguna dapat membuat konten video dengan tambahan fitur-fitur lainnya seperti musik, filter, dan mengatur tata letak video yang membuat konten tersebut lebih menarik.

d) *Live Streaming*

Fitur *live streaming* atau video langsung di Instagram memungkinkan pengguna untuk membuat tayangan langsung pada aplikasi Instagram. Video

langsung memiliki durasi yaitu satu jam penayangan dan pengguna dapat menyimpan hasil *live streaming* tersebut.

4. Sekilas Tentang Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah salah satu program studi yang ada di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mendapatkan status diakui menjadi Program Sarjana S1 yang dulunya adalah berdasarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia dengan Nomor 89 Tahun 2015 di bawah naungan Fakultas Agama Islam setelah perubahan nama dari Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam beroperasi di Jalan Jalan Sultan Alauddin No.259 Menara Iqra' Lantai 4 sekaligus berada dalam satu naungan Gedung Ma'had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar.

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dari tahun ke tahun mengalami perkembangan baik secara kualitas maupun kuantitas. Peningkatan Sumber Daya dalam hal ini Dosen dapat dilihat pada Tingkat Pendidikan dan Status Kepangkatan yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Animo pendaftar pun kian meningkat dan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam menjadi salah satu jurusan yang paling diminati di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam saat ini terletak di gedung menara Iqra Lantai 4 dan berada dalam satu naungan Gedung Ma'had Al-Birr pada Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar yang terletak di Jalan Sultan Alauddin No

259 Makassar, memiliki luas tanah 70.000 m², dari luas tanah tersebut telah ditempati bangunan seluas 14.168 m². Terdiri dari bangunan kantor, ruang kuliah, auditorium, masjid, laboratorium. Ruang kuliah terdiri dari 3 unit dengan 46 ruang kelas. Fasilitas pendukung lainnya adalah laboratorium komputer, laboratorium Penyiaran Radio, PUSDIKLAT dan Kebun Pertanian, Rusunawa (Asrama Mahasiswa), UBC (*Unit Bussines Centre*) Balai Pelatihan Mahasiswa, *Student Mall*, Hutan Pendidikan dan Rumah Sakit.⁴⁴

5. Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

a. Visi

“Menjadi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang Unggul dalam pengembangan dakwah dan penyiaran Islam yang professional dan terampil berbahasa Arab”.

b. Misi

Misi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah menyelenggarakan Catur Darma Perguruan Tinggi di bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, dengan:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.
- 2) Melaksanakan penelitian dalam bidang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam yang mampu menghasilkan karya-karya ilmiah yang inovatif.

⁴⁴ Dokumen Arsip Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam FAI Unismuh Makassar

- 3) Memberdayakan masyarakat melalui pelatihan, bimbingan, konsultasi, penyuluhan, pendampingan, dan sosialisasi untuk kemaslahatan umat.
- 4) Menjalin kerjasama di bidang komunikasi dan penyiaran Islam dengan berbagai instansi pemerintah dan swasta.

c. Tujuan

Berdasarkan pada visi dan misi, maka tujuan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dibagi menjadi dua tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus:

2) Tujuan Umum

- a) Menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia, cakap, profesional, bertanggung jawab dan mandiri.
- b) Meningkatkan mutu proses dan hasil pembelajaran yang bermuara pada kualitas lulusan;
- c) Meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil penelitian, pengabdian dan pelayanan masyarakat.

3) Tujuan Khusus

- a) Menghasilkan tenaga profesional dalam bidang dakwah, komunikasi dan penyiaran Islam.
- b) Menghasilkan tenaga professional yang mampu mengembangkan komunikasi dan penyiaran yang inovatif.
- c) Menghasilkan sarjana komunikasi dan penyiaran Islam yang memiliki keahlian dalam berbahasa Arab, Manajemen dakwah, reportase dan konseling yang sesuai dengan kebutuhan kerja di Era globalisasi.

d) Menghasilkan sarjana komunikasi dan penyiaran Islam yang mujahid (memiliki kesungguhan), *mujaddid* (inovatif), dan *mujtahid* (kreatif) sehingga menjadi basis dakwah dalam menjalin kerjasama dan menyelesaikan permasalahan umat.

6. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020

Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon-calon intelektual dan dapat juga didefinisikan sebagai orang yang menuntut ilmu atau belajar di perguruan tinggi, baik itu di universitas, institut ataupun akademi.

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah salah satu program studi yang ada di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar yang dari tahun ke tahun mengalami perkembangan baik secara kualitas maupun kuantitas. Peningkatan Sumber Daya dalam hal ini Dosen dapat dilihat pada Tingkat Pendidikan dan Status Kepangkatan yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Animo pendaftar pun kian meningkat dan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam menjadi salah satu jurusan yang paling diminati di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Salah satunya pada angkatan tahun 2020, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 tercatat berjumlah 134 orang yang sekarang ini telah menempuh kuliah di semester 6 dengan jumlah kelas terbagi menjadi 6 kelas.

B. Hasil dan Pembahasan

1. Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020

a. Kondisi Umum Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 Dalam Menggunakan Instagram

1) Daftar Narasumber Penelitian dan Pengalaman Pertamanya Bergabung di Media Sosial Instagram

Narasumber atau informan pada penelitian ini merupakan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 yang cukup aktif dalam memposting konten dakwah di media sosial Instagram. Adapun daftar narasumbernya yaitu sebagai berikut:

a) Mohammad Hafiz Effendy, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 20 tahun. Pengalaman awal menggunakan Instagram yaitu:

"Saya menggunakan instagram sejak 6 tahun yang lalu tepatnya di tahun 2017. Alasan Saya menggunakan Instagram yah awalnya hanya sekedar ikut-ikutan ke teman dan sekedar penasaran untuk mencoba wadah baru di sosial media, yang dimana dulunya hanya mengenal facebook dan whatsapp saja. Namun seiring perkembangannya, dunia maya semakin modern dan menawarkan beragam wadah untuk para pengguna sosial media untuk tertarik dan berkecimpuh terkhususnya di instagram. Dimana di instagram kita bisa menemukan/mendapatkan update informasi yang bukan hanya skala nasional tapi juga mancanegara, informasi seputar peristiwa yang terjadi dibelahan negara di Eropa, Timur Tengah dan lainnya. Update informasi tentang bagaimana perkembangan negara ini. Bukan hanya politik, ekonomi, pemerintahan, tapi juga update informasi seputar agama pun disajikan dan luas informasinya. Jadi instagram memang mempunyai daya tarik tersendiri yang menarik minat para pengguna sosial".⁴⁵

⁴⁵ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

b) Jamil, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 22 tahun. Pengalaman awal menggunakan Instagram yaitu:

“Saya pertama Gabung di Instagram pada bulan Juli 2017. Awalnya alasan saya ketika bergabung di Instagram hanya sekedar untuk menambah akun sosial media”.⁴⁶

c) Risnilasari Jamaluddin, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 22 tahun. Pengalaman awal menggunakan Instagram yaitu:

"Saya bergabung di Instagram itu 17 Januari 2016, jadi kurang lebih sudah 7 tahun lebih menggunakan Instagram. Alasan Saya menggunakan Instagram mungkin dulu hanya sebatas mengikuti perkembangan zaman. Tapi seiring berjalannya waktu yah digunakan untuk hal-hal positif seperti berkomunikasi dan menebar manfaat".⁴⁷

d) Mariama Mardatillah, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 22 tahun. Pengalaman awal menggunakan Instagram yaitu:

"Saya pertama kali menggunakan Instagram pada tahun 2014. Awalnya saya menggunakan Instagram hanya ikut-ikutan saja karena penasaran apasih Instagram itu, ternyata banyak sekali informasi yang bisa diterima dan banyak dampak positif yang saya rasakan selama menggunakan Instagram".⁴⁸

e) Reski Putri Kembar, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 22 tahun. Pengalaman awal menggunakan Instagram yaitu:

“Saya menggunakan Instagram kurang lebih 3 tahun. Alasan saya menggunakan Instagram yaitu untuk mendapatkan informasi dan ingin berdakwah”.⁴⁹

⁴⁶ Jamil (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁴⁷ Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁴⁸ Mariama Mardatillah (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁴⁹ Reski Putri Kembar (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara Maret 2023)

f) Riska Putri Kembar, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 22 tahun. Pengalaman awal menggunakan Instagram yaitu:

“Saya menggunakan Instagram sekitar 4 tahun yang lalu. Alasannya karena ingin mencari informasi dan berdakwah”.⁵⁰

g) Fitri Arrasyidah, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 21 tahun. Pengalam awal menggunakan Instagram yaitu:

“Saya telah bergabung di Instagram kurang lebih 4 tahun yang lalu. Alasan saya menggunakan Instagram karena melihat Instagram banyak diminati oleh orang-orang jadi saya juga tertarik untuk menggunakannya dan Instagram juga kita dapat memperoleh informasi yang bermanfaat seperti pada postingan-postingan dakwah”.⁵¹

h) Nabawiyah, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Semester 6, berumur 22 tahun. Pengalaman awal menggunakan Instagram yaitu:

“Saya menggunakan Instagram kurang lebih sudah 7 tahun. Alasan saya menggunakan Instagram yaitu untuk mengeksplor dunia maya lebih jauh dan untuk mendapatkan berita terkini yang terjadi di seluruh dunia”.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 menerangkan bahwa mayoritas dari narasumber diatas telah bergabung dan mengenal media sosial Instagram kurang lebih 5 tahun yang lalu. Hal tersebut menunjukkan bahwa Instagram sudah mulai dikenal oleh kalangan remaja pada masa sekolah di jenjang menengah pertama dan saat ini menurut oberservasi dari peneliti bahwa Instagram juga sudah mulai dikenal oleh kalangan anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah dasar.

⁵⁰ Riska Putri Kembar (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara Maret 2023)

⁵¹ Fitri Arrasyidah (21 tahun), Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020, (Makassar: Wawancara Maret 2023)

⁵² Nabawiyah (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

Mereka juga menjelaskan mengenai alasan mereka menggunakan media sosial Instagram yang dapat disimpulkan bahwa mereka awalnya menggunakan Instagram hanya sekedar ikut-ikutan dan penasaran dengan media sosial tersebut, namun seiring berjalannya waktu mereka mulai menyadari bahwa di media sosial Instagram terdapat banyak hal-hal positif yang mereka temukan seperti banyaknya informasi-informasi yang dapat diperoleh di Instagram, dapat dijadikan sebagai media untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna lainnya dan dapat menebar kebaikan dengan membagikan konten-konten yang bermanfaat di Instagram.

2) Kegunaan Instagram Bagi Mahasiswa

Instagram saat ini telah menjadi platform yang diminati oleh semua kalangan dan beberapa orang lebih banyak menghabiskan waktunya di media sosial salah satunya Instagram. Maka dari itu sebagai seorang mahasiswa atau anak muda milenial maka seharusnya dapat memaksimalkan media sosialnya untuk membagikan hal-hal positif dan bermanfaat bagi pengguna Instagram lainnya.

Wawancara bersama Risnilasari Jamaluddin selaku Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020. Mengatakan bahwa:

“Instagram yaitu wadah untuk mengekspresikan diri, bisa berkarya juga lewat instagram, gudangnya informasi jadi kita sebagai mahasiswa selalu haus akan informasi, disisi lain juga bisa jadi ladang bisnis, pokoknya banyak kegunaannya. Tergantung cara memanfaatkannya”.⁵³

Mohammad Hafiz Effendy, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

⁵³ Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

“Kegunaan Instagram bagi mahasiswa sangat banyak menurut saya. Dengan instagram ini, mahasiswa dapat berkeaktifitas dan melatih skill-skill yang dimilikinya, dengan menjadi konten kreator, public speaker, influencer, editor, dll. Yang mungkin dengan itu para mahasiswa bisa mendapatkan penghasilan dari keterampilannya itu. Dengan instagram, mahasiswa juga bisa mengakses informasi seputar dunia perkuliahan, bagaimana membuat proposal dan menyusun skripsi, misalnya melalui vidio edukasi yang di *update* para konten kreator”.⁵⁴

Reski Putri Kembar, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Untuk mendapatkan informasi terkini dan dapat mencari penghasilan tambahan melalui endorse ataupun mempromosikan dagangan sendiri”.⁵⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat di simpulkan bahwa ada beberapa kegunaan Instagram bagi Mahasiswa, yaitu sebagai berikut:

a) Wadah untuk mengekspresikan diri (*personal branding*)

Mahasiswa dapat menjadikan Instagram sebagai tempat untuk mengekspresikan diri, dimana seseorang biasanya sulit untuk mengeluarkan pendapat yang ada di pikirannya sehingga dengan kehadiran Instagram mampu membantu orang tersebut untuk mengungkapkan apa yang ada dipikirkannya, namun tetap harus memperhatikan dan membedakan antara privasi dan apa saja yang sah untuk dibagikan ke publik.

Mahasiswa juga dapat menggunakan Instagram sebagai tempat untuk membagikan konten-konten sesuai dengan minat yang menggambarkan tentang dirinya seperti karya berupa fotografi, video, tulisan dan lain sebagainya. Melalui

⁵⁴ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁵⁵ Reski Putri Kembar (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara Maret 2023)

konten-konten tersebut dapat mereka jadikan sebagai salah satu *personal branding* yang mempresetasikan dirikan mereka sehingga sangat mendukung perjalanan karirnya di masa yang akan datang.

b) Wadah untuk berkreativitas dan melatih skill

Instagram juga dapat digunakan oleh mahasiswa sebagai tempat untuk menyalurkan kreativitas dan melatih skill-skill yang dimilikinya dengan menjadi konten kreator, public speaker, influencer, editor, dan lain sebagainya dengan menyajikan konten-konten positif yang dikemas sekreatif mungkin sehingga dapat menarik perhatian pengguna Instagram.

c) Wadah untuk mendapatkan berbagai macam informasi

Media sosial instagram dapat menjadi sumber informasi tergantung minat atau informasi yang dicari, karena media sosial Instagram merupakan perkembangan dari teknologi informasi dan komunikasi. Mahasiswa dapat menggunakan Instagram sebagai media untuk mendapatkan informasi seputar perkuliahan misalnya dengan hadirnya konten-konten mengenai cara membuat karya tulis ilmiah, penyusunan proposal dan skripsi ataupun mendapatkan informasi terkini dengan kabar-kabar menarik dari seluruh penjuru dunia.

d) Wadah untuk menawarkan barang dan jasa

Mahasiswa juga dapat menggunakan Instagram sebagai tempat untuk menawarkan barang maupun jasa kepada para pengguna Instagram lainnya. Melalui fitur-fitur yang disediakan Instagram para mahasiswa yang menjual barang ataupun menawarkan jasa dan mempromosikannya melalui postingan-postingan di *feed*, *instastory* ataupun *reels*.

b. Pemanfaatan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Sebagai Media Dakwah

1) Pendapat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 Mengenai Berdakwah di Media Sosial Instagram

Dakwah melalui media sosial salah satunya Instagram merupakan teknik inovatif mengajak dan mengingatkan seseorang untuk menaati petunjuk Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya melalui konten-konten yang berisikan materi yang menarik dan informasi yang sederhana yang dapat dipahami dengan mudah oleh pembacanya. Saat berdakwah di media sosial, harus diingat bahwa kebaikan yang dilakukan hanya dinilai oleh Allah SWT bukan atas penilaian orang yang melihatnya, maka harus selalu perbarui niat berdakwah hanya karena Allah SWT.

Hasil wawancara bersama Jamil selaku Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020. Sebagai berikut:

“Ya, Instagram dapat digunakan sebagai media dakwah, karena media Instagram didukung oleh beberapa fitur yang bisa kita manfaatkan sebagai jalur dakwah, misalnya kita berdakwah lewat tulisan ataupun dengan video sangat bagus”.⁵⁶

Mariama Mardatillah, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Menurut saya pribadi, ya bisa sekali, Instagram bisa sekali dijadikan sebagai media dakwah karena kita melihat perkembangan zaman di mana orang-orang hampir setiap hari menggunakan sosial media khususnya Instagram. Maka dengan Instagram ini, sebuah dakwah yang kita sampaikan atau bagikan dapat tersalurkan dengan cepat dengan jangkauan yang luas melalui sosial media Instagram”.⁵⁷

⁵⁶ Jamil (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁵⁷ Mariama Mardatillah (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

Mohammad Hafiz Effendy, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Ya, tentu bisa dan sangat efektif digunakan sebagai media dakwah. Alasannya? Karena Instagram adalah sosial media yang memiliki pengguna sangat banyak. Dan itu menjadi peluang untuk kita orang-orang muslim melangsungkan sebuah dakwah, dengan segala skill yang kita punya, melalui video dakwah atau berupa tulisan. Sebagian mereka menjadikan Instagram untuk menyebarkan informasi hoax atau penyimpangan, yah maka tentu kita juga bisa untuk menjadikan Instagram ini sebagai wadah untuk berdakwah”.⁵⁸

Risnilasari Jamaluddin, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Iya tentu saja, apalagi melihat orang-orang sekarang cenderung lebih dekat dengan media sosial dan boleh jadi Instagram ini menjadi wadah atau media yang tepat untuk mendakwahi masyarakat”.⁵⁹

Nabawiyah, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Iya, Instagram bisa kita jadikan sebagai media dakwah karena hampir semua orang dari berbagai kalangan menggunakan Instagram, maka tentunya dakwah yang disampaikan di Instagram dapat menjangkau target atau sasaran dakwah seorang *da'i*”.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber diatas, dapat disimpulkan mengenai pendapat dari Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 bahwa media sosial Instagram dapat digunakan sebagai media dakwah karena melihat perkembangan zaman ini, Instagram memiliki banyak sekali pengguna dan kebanyakan dari orang-

⁵⁸ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁵⁹ Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁶⁰ Nabawiyah (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

orang sekarang cenderung menghabiskan waktunya di media sosial khususnya Instagram, maka dari itu Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat efektif dan inovatif untuk dijadikan sebagai media dakwah, ditambah dengan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah di media sosial Instagram dalam membagikan konten-konten dakwah yang akan dipublikasikan ke pengguna Instagram lainnya.

2) Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020

Di era masyarakat digital saat ini, peran media sosial sangat penting untuk menyampaikan dakwah ke *mad'u*. Masyarakat sudah disibukkan dengan aktivitasnya masing-masing sehingga tidak sempat untuk menonton dakwah di televisi ataupun menghadiri kajian agama di masjid, namun masyarakat memiliki cara untuk mendapatkan informasi dakwah melalui internet yang sangat penting di era digital saat ini yaitu melalui media sosial khususnya Instagram yang memungkinkan dakwah berlangsung kapan saja dan di mana saja dengan jangkauan dakwah yang luas. Dakwah melalui media sosial Instagram juga dimanfaatkan oleh beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 yang menjadi narasumber pada penelitian ini.

Mohammad Hafiz Effendy, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Yah, saya sekarang menggunakan instagram lebih fokus untuk menjadikannya media dakwah. Karena awalnya saya menggunakan instagram hanya sebagai wadah untuk mengupload foto, mengekspos kegiatan-kegiatan harian atau mengabadikan momen berharga. Namun

sekarang tidak lagi, saya mengingat betapa besar potensi instagram untuk dijadikan media dakwah, maka kita harus meminimalisir konten-konten dan tulisan hoax dan menyimpang dengan konten vidio dan tulisan dakwah”.⁶¹

Risnilasari Jamaluddin, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Iyaa bisa dibilang begitu, saya menggunakan Instagram sebagai media dakwah. Karena kalau saya pribadi itu memang dari dulu cuma dominan main sosmed di instagram, jadi Instagram adalah pilihan yang tepat untuk jadi media dakwah. Alasan lainnya mungkin karena lebih nyaman menyampaikan sesuatu dengan tulisan”.⁶²

Jamil, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Iya, saya sementara dalam proses menuju kesitu, yaitu proses dalam menjadikan Instagram sebagai media dakwah. Karena menurut saya penggunaan aplikasi Instagram sebagai media dakwah sangat efektif dan fleksibel apalagi di era perkembangan jaman sekarang yang orang-orang tidak luput dari media sosial, sehingga dakwah yang kita sampaikan dapat terjangkau kemanapun dan kesiapapun”.⁶³

Dari hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah karena berdakwah di Instagram itu termasuk sarana dakwah yang sangat efektif dan fleksibel dalam membagikan pesan dakwah maupun mengakses konten yang berisikan pesan-pesan dakwah maupun konten bermanfaat lainnya. Di samping itu, media sosial khususnya Instagram memiliki banyak pengguna dari berbagai kalangan masyarakat dari yang muda hingga orang tua sehingga sangat berpeluang pesan dakwah yang dibagikan dapat tersampaikan kemanapun dan kesiapapun.

⁶¹ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁶² Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁶³ Jamil (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

Mereka memilih berdakwah di Instagram karena merasa lebih nyaman berdakwah dengan tulisan yang kemudian diedit dan disajikan dalam bentuk gambar atau video seperti membagikan quotes yang membangun atau memotivasi seseorang. Dan dengan membagikan konten video dan tulisan dakwah di Instagram dapat meminimalisir konten-konten tulisan hoax dan menyimpang yang tersebar di media sosial Instagram.

3) Fitur-fitur yang Dimanfaatkan dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Instagram

Instagram merupakan platform jejaring sosial terkemuka dengan menawarkan berbagai fitur bermanfaat yang dapat digunakan oleh semua orang, tanpa memandang usia. Beberapa dari fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram yaitu *feed*, *Instastory*, *reels*, *live streaming* dan lain sebagainya. Dari berbagai fitur-fitur tersebut dapat dimanfaatkan oleh seorang *da'i* khususnya Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dalam menyebarkan pesan dakwahnya di media sosial agar dapat dengan mudah tersampaikan ke pengguna Instagram lainnya melalui fitur yang mereka gunakan.

Jamil, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Dari fitur yang telah disebutkan saya biasanya paling sering menggunakan fitur *feed* dan *reels*, alasannya karena fitur ini paling banyak diminati oleh pengguna Instagram”.⁶⁴

⁶⁴ Jamil (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

Risnilasari Jamaluddin, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Mungkin semua fitur sudah pernah saya gunakan kecuali *live* ya. Melihat karena setiap fitur ada kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Jadi saya menggunakan berdasarkan aspek kebutuhan saja, jika sekiranya konten yang saya sampaikan berdurasi sedikit mungkin bisa di *feed* atau *instastory*. Adapun kalau durasinya panjang, pakai fitur *reels*”.⁶⁵

Mariama Mardatillah, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Kalau saya sendiri menggunakan fitur *reels* dan *feed* dalam membagikan konten saya di Instagram”.⁶⁶

Mohammad Hafiz Effendy, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Dari beberapa fitur yang disediakan Instagram, saya menggunakan semua fitur itu untuk media dakwah. Karna tipikal orang dalam bermain instagram itu berbeda-beda. Ada yang hanya suka nonton *instastory*, ada yang hanya suka *scroll* membaca dan mendengar *feed* yang ada di beranda Instagram, dan ada juga yang hanya suka nonton *reels* dan *live streaming*, entah tentang edukasi, kajian agama atau lainnya”.⁶⁷

Fitri Arrasyidah, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Saya biasanya menggunakan fitur *reels*, *feed* dan *instastory*, tapi lebih seringnya sih saya mengemas konten dalam bentuk gambar kemudian diposting ke *feed*, saya edit secara sederhana saja agar mudah dipahami oleh pembaca”.⁶⁸

⁶⁵ Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁶⁶ Mariama Mardatillah (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁶⁷ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁶⁸ Fitri Arrasyidah (21 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara Maret 2023)

Dari hasil wawancara di atas, dapat diketahui beberapa fitur yang digunakan oleh Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dalam menyampaikan pesan dakwah di sosial media Instagram, yaitu sebagai berikut:

a) *Feed*

Salah satu fitur yang paling sering digunakan oleh pengguna Instagram yaitu *feed*. *Feed* merupakan beranda yang didalamnya berisikan postingan-postingan berupa foto atau video. Seorang *da'i* termasuk Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 membagikan konten dakwah yang telah mereka kemas dalam bentuk gambar poster ataupun video singkat yang kemudian dibagikan melalui fitur *feed*, sebagaimana yang dikatakan oleh Risnilasari Jamaluddin, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Kalau mengemas konten itu, saya mengedit sendiri. Mulai dari kadang terlintas quotes yang sifatnya membangun, atau hal-hal yang bermanfaat untuk orang banyak itu biasanya saya tampung di note dulu, ketika luang baru saya edit apakah itu berupa poster dakwah atau video yang kemudian saya posting di *feed*”.⁶⁹

b) *Reels*

Reels merupakan salah satu fitur Instagram yang menampilkan video dalam bentuk vertikal dengan durasi maksimal 90 menit atau 1 menit 30 detik. Fitur *reels* didesain untuk menghibur pengguna Instagram, maka seseorang yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah dapat membagikan konten video

⁶⁹ Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

reels yang didalamnya berisikan tentang pesan-pesan dakwah atau hal-hal yang bermanfaat lainnya. Agar konten dakwah yang dibagikan di *reels* dapat menjangkau banyak audiens maka harus dikemas dengan tampilan visual yang semenarik mungkin dan dapat juga menambahkan audio atau musik yang menarik atau yang sedang viral dikalangan pengguna Instagram, seperti yang dijelaskan oleh Jamil, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Adapun beberapa konten yang saya buat saya kemas dengan menggunakan musik yang sedang viral sekarang, karena biasanya itu menarik ditonton oleh pengguna Instagram karena konten dakwah yang di kemas dengan musik itu biasanya lebih menyentuh”.⁷⁰

c) *Instastory*

Fitur *Instastory* ialah fitur instagram yang dimana seseorang dapat membagikan foto atau video ke pengikut mereka yang hanya berdurasi sampai 24 jam saja yang berukuran portrait dengan rasio 9:16. Beberapa pengguna Instagram biasanya senang untuk melihat *story* akun yang mereka ikuti sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh seorang *da'i* untuk berdakwah melalui *Instastory* tersebut. Fitur *Instastory* termasuk efektif juga digunakan sebagai tempat untuk membagikan konten-konten dakwah yang dikemas dalam bentuk poster dakwah atau berupa video yang berdurasi pendek, serta dapat *me-repost* konten-konten dakwah yang diposting melalui *feed* ataupun *reels* ke *Instastory* Instagram.

⁷⁰ Jamil (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

d) *Live Streaming*

Fitur *live streaming* di Instagram yaitu fitur siaran langsung yang dilakukan untuk membangun hubungan atau komunikasi secara langsung dengan pengikutnya. Fitur Instagram yang satu ini juga biasanya digunakan oleh pendakwah atau *da'i* sebagai media dakwah misalnya membawakan kajian islami atau sekedar *sharing* ke para pengikutnya di Instagram, namun fitur ini biasanya kurang diminati oleh pengguna Instagram sehingga tidak terlalu efektif untuk digunakan sebagai media dakwah.

4) Bentuk Konten Dakwah yang Dibagikan di Media Sosial Instagram

Seiring dengan kemajuan teknologi, banyak pendakwah atau *da'i* yang berdakwah menggunakan platform media sosial seperti Instagram. Berdakwah di media sosial Instagram cukup efisien dan terasa praktis dalam menyampaikan pesan dakwah di media sosial tersebut, karena dengan sekali unggahan sudah dapat menjangkau banyak sekali dari kalangan masyarakat maupun dipenjuru belahan dunia.

Berdakwah di media sosial Instagram juga tentunya memerlukan ide yang menarik dan kreatif yang dapat disampaikan dalam bentuk visual gambar dan video yang tentunya berisikan pesan-pesan yang bermanfaat, terdapat kebaikan dan pengetahuan didalamnya.

Reski Putri Kembar, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Bentuk konten dakwah yang saya gunakan dalam menyampaikan pesan dakwah di Instagram yaitu konten video dakwah, dimana isi kontennya yaitu tulisan quotes islami dan motivasi”.⁷¹

⁷¹ Reski Putri Kembar (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara Maret 2023)

Risnilasari Jamaluddin, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Bentuk konten dakwah yang saya bagikan di Instagram yaitu konten video lebih ke *reels* sih, dan poster dakwah. Isi konten dakwah di instagram ku itu kadang quotes Islami, motivasi, dan kutipan hadis”.⁷²

Mariama Mardatillah, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Untuk bentuk konten yang saya gunakan yaitu konten video dan konten gambar atau poster dakwah. Konten-konten yang saya bagikan di Instagram lebih banyak menulis motivasi dan pesan-pesan singkat”.⁷³

Mohammad Hafiz Effendy, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Bentuk konten dakwah yang saya gunakan di instagram adalah dalam bentuk tulisan dan juga konten video. Konten tulisan biasanya dalam bentuk microblog atau tulisan slide, kadang juga dalam bentuk konten poster. Konten tulisan, microblog yang isinya saya lebih condong untuk menuliskan sesuatu yang berkaitan dengan menghafal Al-Qur'an. Membuat tulisan seputar dunia menghafal Al-Qur'an, tips-tips menghafal Al-Qur'an, motivasi untuk menghafal Al-Qur'an. Terkadang juga seputar wanita, tentang sholat dan tulisan yang mengajak anak muda untuk berhijrah”.⁷⁴

Jamil, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Bentuk penyampaian pesan yang biasa saya gunakan adalah fitur konten video, terkadang juga menggunakan konten poster tulisan. Terkait dengan isi konten dakwah yang biasa saya tampilkan itu tulisan-tulisan singkat islami tapi sangat mudah di pahami sesuai dengan kekinian sekarang”.⁷⁵

⁷² Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁷³ Mariama Mardatillah (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁷⁴ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁷⁵ Jamil (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

Dari hasil wawancara di atas, dapat diketahui bentuk-bentuk konten dakwah yang dibagikan di sosial media Instagram oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, yaitu sebagai berikut:

a) Gambar atau Poster Dakwah

Konten dakwah yang dibagikan di sosial media dapat berupa gambar atau poster dakwah, mikroblog ataupun bentuk slide yang berisikan pesan-pesan dakwah seperti tulisan-tulisan, quotes islami, motivasi maupun kutipan dari ayat al-Qur'an maupun hadits yang kemudian dikemas dan didesain semenarik mungkin agar menarik perhatian para pengguna Instagram yang menjadi sasaran dakwah kita.

Bentuk konten dakwah yang berisikan tulisan-tulisan biasanya berupa motivasi bagi seseorang yang membacanya yang telah dirangkai dengan kalimat sederhana sehingga mudah dipahami oleh pembacanya, seperti yang dijelaskan oleh Mohammad Hafiz Effendy yang sering membagikan konten gambar dalam bentuk mikroblog atau slide yang berisikan tulisan-tulisan, mengatakan bahwa:

“Saya mengemasnya dalam sebuah tulisan yang saya rangkai sesederhana mungkin, untuk menarik minat para pengguna instagram untuk membacanya. Tentu dengan bahasa sederhana yang identik dengan anak muda dan kebiasaan yang dialami oleh pembaca pada umumnya. Sebab ketika tulisan yang dikemas benar-benar kita rangkai untuk bagaimana agar pembaca dapat menghadirkan dirinya dalam tulisan kita dalam artian apa yang kita tulis benar-benar sesuai dengan apa yang pembaca dan pengguna instagram itu rasakan akan mempengaruhi kesuksesan dakwah kita dengan tulisan itu. Makanya perlu kita bijak dalam berseluncur di sosial media, tidak hanya sekedar menyebar dakwah lantas selesai, tapi bagaimana kita merangkai agar dakwah itu mudah diterima oleh orang-orang dan dakwah itu benar-benar tersampaikan dan tidak hanya sekedar lewat mengisi beranda instagram”.⁷⁶

⁷⁶ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

b) Video

Konten dakwah yang dibagikan oleh beberapa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 biasanya berbentuk konten video. Konten video dakwah tersebut berisi quotes islami, motivasi, ayat al-Qur'an dan hadits maupun berisi pesan-pesan singkat yang tentunya bermanfaat bagi yang mendengarkannya.

Pengguna Instagram biasanya lebih menyukai konten video, apalagi dengan adanya fitur *reels* konten video dakwah yang diunggah di *reels* lebih luas jangkauannya apalagi telah di edit dengan tampilan visual yang menarik dan diiringi dengan musik atau *background* yang sedang viral di kalangan pengguna Instagram.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Menyampaikan Dakwah di Media Sosial Instagram Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020

Berdakwah melalui media sosial Instagram bagi seorang Mahasiswa termasuk Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam menjalankan dakwahnya tersebut memiliki faktor pendukung dan penghambat yaitu sebagai berikut:

a) Faktor Pendukung Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam Menyampaikan Dakwah di Media Sosial Instagram

Dalam menyampaikan dakwah di Media Sosial Instagram tentunya memiliki faktor pendukung yang dapat membantu Mahasiswa Komunikasi dan

Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah.

Mohammad Hafiz Effendy, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Salah satu faktor pendukungnya yaitu memiliki banyak pengguna sehingga mungkin dakwah kita tersebar di seluruh penjuru dunia. Kemudian instagram menyiapkan beragam fitur yang dapat membuat dakwah itu mudah untuk tersampaikan ke orang lain. Dan juga instagram banyak digeluti oleh kalangan milenial sehingga memberikan kemudahan dalam mengoperasikan dunia sosial media khususnya instagram”.⁷⁷

Mariama Mardatillah, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Faktor pendukungnya yaitu dengan kemajauan arus internet saat ini, membuat apa saja yang kita bagikan di Instagram dapat tersebar luas termasuk pesan dakwah yang kita *share* disana”.⁷⁸

Risnilasari Jamaluddin, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Faktor pendukungnya, sekarang fitur-fiturnya instagram sudah canggih dan keren-keren, kemudian instagram juga jadi media sosial terpopuler karena mudah digunakan, dan yah itu fitur-fiturnya yang keren, jadi ada nilai jualnya tersendiri”.⁷⁹

Dari hasil wawancara yang dilakukan, dapat diketahui faktor pendukung bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah yaitu:

⁷⁷ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁷⁸ Mariama Mardatillah (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023).

⁷⁹ Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023).

1) Memiliki Banyak Pengguna

Saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna di belahan dunia termasuk di Indonesia. Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer dikalangan anak muda maupun orangtua sekalipun. Hal ini membuat konten dakwah yang disampaikan di Instagram dapat tersebar luas di khalayak pengguna media sosial Instagram.

2) Mudah Digunakan

Instagram memiliki tampilan yang sederhana sehingga membuat seseorang mudah untuk menggunakannya, sehingga beberapa dari kalangan generasi milenial saat ini yang berkecimpung dalam dunia dakwah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah termasuk di dalamnya Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

3) Memiliki Beragam Fitur

Instagram selalu mengembangkan dan menghasilkan fitur-fitur baru yang unik sehingga membuat penggunanya tertarik untuk mencobanya. Seseorang bisa membagikan foto dan video lewat Instagram melalui fitur yang telah disediakan. Beberapa fitur yang efektif digunakan untuk menyebarkan konten dakwah yaitu fitur *feed*, *reels*, *instastory* dan *live streaming*. Dari fitur-fitur tersebut Instagram juga meningkatkan keterlibatan pengguna dalam membuat konten yang lebih kreatif, personal dan interaktif sehingga memberikan pengalaman yang lebih menarik dan berkesan.

4) Kekuatan dan Kecepatan Koneksi Internet

Kemajuan teknologi dan perkembangan jaringan internet membuat seseorang dengan mudah dapat mengakses media sosial Instagram. Dengan

kekuatan dan kecepatan internet saat ini membuat konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram akan lebih cepat tersebar kepada *mad'u*.

b) Faktor Penghambat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 dalam Menyampaikan Dakwah di Media Sosial Instagram

Dalam menyampaikan dakwah di Media Sosial Instagram tentunya memiliki faktor penghambat bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menyebarkan konten dakwahnya di media sosial Instagram.

Jamil, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Tentunya setiap dakwah ada faktor penghambatnya ya hehe, kalau menurut Saya faktor penghambatnya itu mungkin kuota dan jaringan yang kadang tidak stabil, ataupun kreatifitas kita dalam membuat konten dakwah terkadang itu yang sulit kita dapatkan”.⁸⁰

Mohammad Hafiz Effendy, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Faktor penghambatnya menurut saya, masih banyak orang yang terkadang belum paham bagaimana menggunakan instagram. Masih banyak orang yang belum paham eksistensi dan keefektifan berdakwah di instagram. Kemudian konten instagram, konten vidio khususnya terlalu banyak memakan kuota internet yang membuat banyak pengguna yang terkadang enggan untuk menonton konten di instagram. Apalagi mereka yang memiliki keterbatasan ekonomi”.⁸¹

⁸⁰ Jamil (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

⁸¹ Mohammad Hafiz Effendy (20 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023)

Risnilasari Jamaluddin, mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020, mengatakan bahwa:

“Kalo faktor penghambat mungkin lebih ke berbicara tentang para pembacanya. Karena yah tidak semua yang bermain instagram itu senang dengan hal-hal atau konten positif begitu, dan mungkin dari pengguna instagram itu tidak semua kalangan bisa jadi pengguna aktif. Misalnya dari kalangan orangtua itu mungkin cenderung lebih tertarik dengan Facebook mungkin, karena itu yang lebih mudah bagi mereka”.⁸²

Dari hasil wawancara yang dilakukan, dapat diketahui faktor penghambat bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah yaitu:

1) Beberapa Orang Belum Paham Menggunakan Instagram

Instagram telah menawarkan berbagai fitur yang menarik dan tampilan yang sederhana, namun masih ada pengguna yang terkadang belum paham dengan baik cara menggunakan Instagram terutama pada kalangan orangtua karena mereka biasanya cenderung lebih tertarik menggunakan facebook karena itu yang lebih mudah menurut mereka.

2) Keterbatasan Kouta Internet

Instagram memiliki keunggulan utama yaitu lebih fokus pada konten visual seperti gambar dan video yang menarik bagi pengguna. Namun dibalik dari konten visual tersebut ternyata memerlukan kouta internet yang lebih banyak sehingga seorang *da'i* yang ingin berdakwah di media sosial Instagram harus memastikan kouta internetnya cukup untuk membagikan konten dakwahnya di Instagram.

⁸² Risnilasari Jamaluddin (22 tahun), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Angkatan 2020. (Makassar: Wawancara April 2023).

3) Kurangnya Kreativitas dalam Mengemas Konten Dakwah

Kreativitas dalam mengemas konten dakwah sangat dibutuhkan ketika hendak membagikan konten-konten dakwah di Instagram agar dapat menarik seseorang yang melihatnya.

4) Masih Kurangnya Minat Seseorang Terhadap Konten Positif

Pada era digital saat ini, keberadaan internet dan sosial media membantu seseorang untuk mendapatkan informasi apa saja. Namun, tidak semua informasi yang ada di sosial media termasuk di Instagram itu berisi konten positif melainkan ada juga konten yang mengandung unsur negatif dan tidak bermanfaat. Keberadaan konten negatif dan tidak bermanfaat tersebut memungkinkan pengguna berpaling dari konten-konten positif. Namun, Instagram saat ini telah menawarkan fitur untuk menghilangkan konten negatif tersebut dengan mengaktifkan fitur Kontrol Konten Sensitif. Selain itu, para pegiat dakwah dapat meminimalisir konten sensitif itu dengan konsisten menebar dan menyampaikan konten-konten positif yang bermanfaat di media sosial Instagram.

5) Faktor Ekonomi Sehingga Tidak Memiliki Alat Komunikasi Berupa *Smartphone*

Melihat perkembangan teknologi sekarang, tidak semua orang sudah memiliki alat komunikasi berupa *smartphone* disebabkan oleh faktor ekonomi sehingga belum bisa mengakses internet maupun sosial media terutama dalam mengaplikasikan media sosial Instagram.

6) Faktor Jaringan

Faktor jaringan yang biasanya lambat, hilang ataupun terputus menjadi salah satu faktor penghambat seseorang dalam menyebarkan dakwah maupun untuk mengakses konten dakwah di media sosial khususnya Instagram itu sendiri. Jaringan menjadi satu hal yang sangat penting bagi seseorang saat ini, meski orang tersebut telah memiliki kouta yang cukup ataupun terhubung dengan *WiFi*, orang tersebut tidak dapat mengaplikasikan sosial media tanpa adanya jaringan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media Sosial Instagram berperan sebagai media dakwah bagi beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dengan menggunakan fitur *feed*, *reels*, *instastory* dan *live streaming* dalam menyebarkan konten yang berisikan pesan-pesan dakwah. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah dengan membagikan konten dalam bentuk gambar poster dan video yang didalamnya berisikan informasi-informasi yang bermanfaat yang mengandung dakwah seperti tulisan-tulisan inspiratif, quotes islami, motivasi serta ayat al-Qur'an dan kutipan hadits yang telah dikemas dengan baik dan menarik agar pengguna Instagram tertarik dengan konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram.
2. Dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 tidak lepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dalam menyebarkan dakwah di media Sosila Intagram yaitu Instagram memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, memiliki beragam fitur dan dengan kekuatan dan kecepatan koneksi internet saat ini membuat konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram akan

lebih cepat tersebar dan tersampaikan kepada *mad'u*. Adapun faktor penghambat pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah yaitu beberapa orang dari kalangan orangtua belum paham menggunakan Instagram, keterbatasan kouta internet, kurangnya kreativitas dalam mengemas konten dakwah, masih kurangnya minat seseorang terhadap konten-konten positif, faktor ekonomi sehingga tidak memiliki alat komunikasi berupa *smartphone* dan faktor jaringan yang biasanya lambat, hilang ataupun terputus.

B. Saran

Setelah peneliti mengadakan penelitian dengan melakukan penelitian mengenai peran media sosial Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Kepada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 diharapkan untuk terus aktif berperan dalam memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai media dalam menyampaikan informasi-informasi yang bermanfaat yang didalamnya mengandung unsur dakwah.
2. Kepada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar diharapkan dapat memaksimalkan sosial medianya dalam hal ini Instagram sebagai wadah untuk membagikan konten-konten yang bermanfaat dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah disediakan oleh Instagram khususnya dalam hal berdakwah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan.

AB, Syamsuddin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Aminudin. 2018. "Media Dakwah," *Al-Munzir: Jurnal Ilmu-Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam*, Vol. 9, No. 2 (November).

Ardiansyah, Irfan dan Anastasya Maharani. 2020. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: Cendekia Press.

Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Damayanti, Rini. 2018. "Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram." *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*. Vol. 5, No. 3.

Departemen Agama RI. 2011. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta Timur: CV Darus Sunnah.

Eriyanto. 2021. *Analisi Jaringan Media Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial*. Jakarta: Kencana.

Hidayatullah, Syarief. 2020. *Memahami Jenis-Jenis Media Sosial*. Marketing Craft. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial> (diakses pada 10 oktober 2022).

Instagram". *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses pada 24 september 2022).

Ismail, Ilyas. 2018. *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Kencana.

Kurnia, Neng Dewi, dkk. 2018. "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas." *EduLib*, Vol. 8, No. 1.

Malik, Hatta Abdul. 2016. "Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 36, No. 2.

Masruroh, Lina. 2021. *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah (Edisi Revisi)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Mubasyaroh. 2016. "Dakwah dan Komunikasi (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1.

Munir, M. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Nordin, Nur Hidayu, dkk. 2019. "Media Sosial dan Instagram Menurut Islam." *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 13, 1, http://eprints.utm.my/id/eprint/85127/1/18%20NurHidayuNordin2020_Me

- diaSosialdanInstagramMenurut.277-296.pdf (diakses pada jam 00.31, 09 Oktober 2022)
- Nurrahmi, Febrina dan Puteri Farabuana. 2020. "Efektivitas Dakwah melalui Instagram". *Nyimak: Journal of Communication*. Vol. 4, No. 1
- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ratnamulyani, Ike Atikah dan Beddy Iriawan Maksudi. 2018. "Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor." *Sosiohumaniora*, Vol. 20, No. 2.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Silmi, Nisa Adilah. 2018. "Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @hijabalila". *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Solihatin, Nofita. 2021. "Analisis Desain Komunikasi Visual Akun Instagram @arielsyafrin Berdasar Semiotika Ferdinand De Saussure". *Skripsi*. Purwokerto: UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Tim Stiletto Book dan Mutiara Arum. 2019. *How To Win Instagram*. Yogyakarta: Stiletto Book.
- Umam. 2021. *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*. Situs Resmi Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> (diakses pada 24 september 2022).
- Wahid, Abdul. 2019. *Gagasan Dakwah, Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group.
- Winarso, Bambang. 2015. *Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?*. Hybrid.co.id. <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-instagram> (diakses pada 02 November 2022).
- Yulistiyono, Agus, dkk. 2021. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Insani.
- Yusuf, A. Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zahra, Ulfa Fauzia, dkk. 2016. "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 2.

LAMPIRAN

A. Pedoman Wawancara

1. Biodata

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Kelas :
- d. Akun IG :

2. Daftar Pertanyaan

- a. Sudah berapa lama Anda menggunakan Instagram?
- b. Apa alasan Anda menggunakan Instagram?
- c. Informasi apa saja yang Anda cari di Instagram?
- d. Menurut Anda, apa saja kegunaan Instagram bagi Mahasiswa?
- e. Menurut Anda apakah Instagram dapat digunakan sebagai media dakwah? Apa Alasannya?
- f. Apakah Anda menggunakan Instagram sebagai media dakwah? Apa alasannya?
- g. Dari beberapa fitur yang disediakan oleh Instagram seperti feed, instastory, reels dan live, fitur apa saja yang Anda gunakan dalam menyampaikan pesan dakwah di Instagram? Apa alasan Anda menggunakannya?
- h. Bagaimana bentuk konten dakwah yang Anda gunakan dalam menyampaikan pesan dakwah? Apakah itu berupa konten video, konten poster dakwah, atau yang lainnya?
- i. Apa isi konten dakwah yang Anda bagikan di Instagram?
- j. Bagaimana Anda mengemas konten dakwah yang Anda bagikan di Instagram?

k. Apa Motivasi Anda dalam berdakwah?

l. Menurut Anda apa saja faktor pendukung penggunaan Instagram sebagai media dakwah?

m. Menurut Anda apa saja faktor penghambat penggunaan Instagram sebagai media dakwah?

B. Dokumentasi Wawancara



(Wawancara dengan Risnilasari Jamaluddin, Mahasiswi KPI Angkatan 2020)



(Wawancara dengan Mariama Mardatillah, Mahasiswi KPI Angkatan 2020)

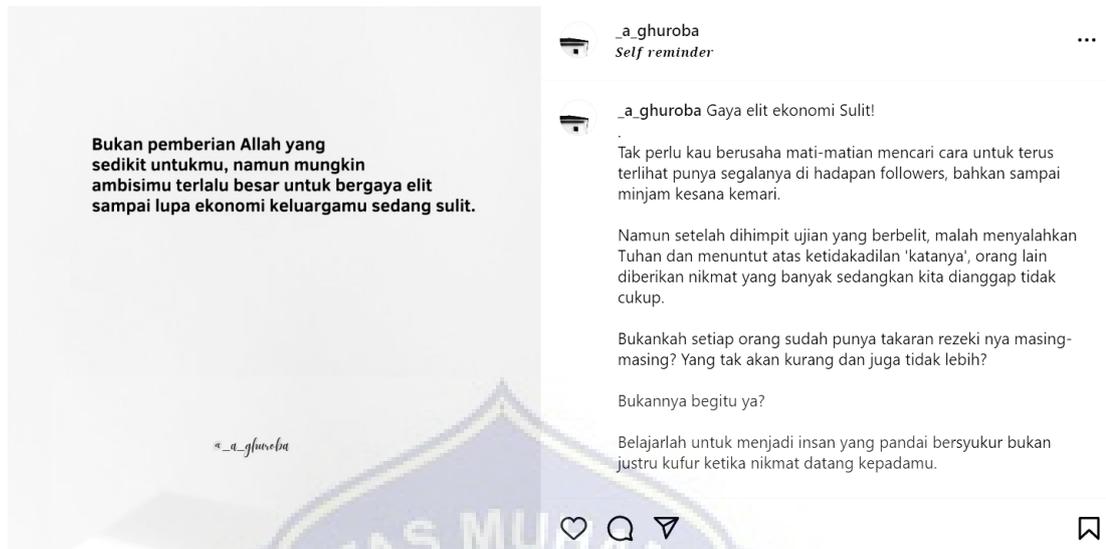
C. Dokumentasi Penggunaan Akun Sosial Media Instagram Mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 sebagai Media Dakwah



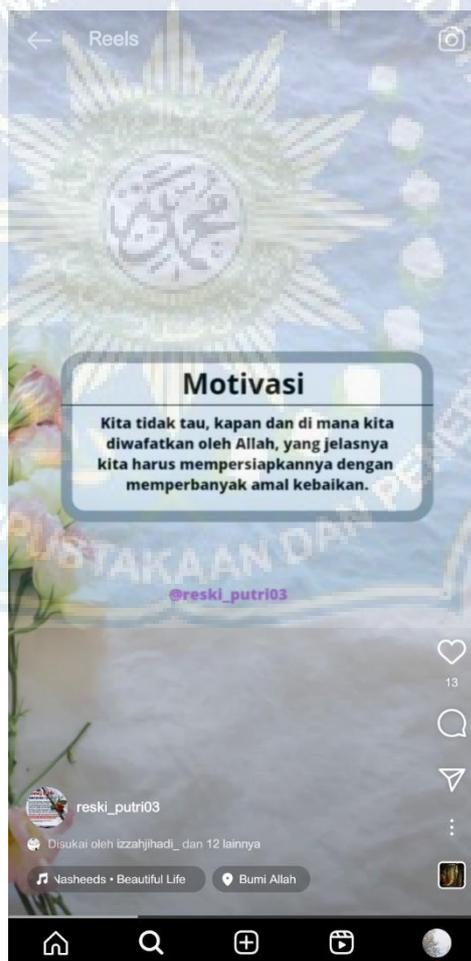
Konten Poster Dakwah dari Akun Instagram Fitri Arrasyidah (@fitriarrasyidah1211), Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam FAI Unismuh Makassar Angkatan 2020.



Konten Video Dakwah dari Akun Instagram Jamil (@mill_hdyt), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam FAI Unismuh Makassar Angkatan 2020.



Postingan Konten Dakwah dari Akun Instagram Mohammad Hafiz Effendy (@_a_ghuroba), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam FAI Unismuh Makassar Angkatan 2020 yang dibagikan melalui fitur *feed*.



Postingan Konten Dakwah dari Akun Instagram Reski Putri Kembar (@reski_putri03), Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam FAI Unismuh Makassar Angkatan 2020 yang dibagikan melalui fitur *reels*.



Postingan Konten Dakwah dari Akun Instagram Risnilasari Jamaluddin (@risnilasarij), Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam FAI Unismuh Makassar Angkatan 2020 yang dibagikan melalui fitur *instastory*.

D. Daftar Narasumber

| No. | Nama | Umur | Kelas | Akun Instagram |
|-----|------------------------|----------|-------|-----------------------|
| 1. | Jamil | 22 tahun | 6 E | @mill_hdyt |
| 2. | Mohammad Hafiz Effendy | 20 tahun | 6 A | @_a_ghuroba |
| 3. | Risnilasari Jamaluddin | 22 tahun | 6 C | @risnilasarij |
| 4. | Mariama Mardatillah | 22 tahun | 6 C | @mardatillahhhhhh |
| 5. | Reski Putri Kembar | 22 tahun | 6 D | @reski_putri03 |
| 6. | Riska Putri Kembar | 22 tahun | 6 D | @riska_putrii03 |
| 7. | Fitri Arrasyidah | 21 tahun | 6 D | @ fitriarraysidah1211 |
| 8. | Nabawiyah | 22 tahun | 6 C | @nbaa_wiii |



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 : Dewi Rezky Maemunah

NIM : 105271106919

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan nilai:

| No | Bab | Nilai | Ambang Batas |
|----|-------|-------|--------------|
| 1 | Bab 1 | 9 % | 10 % |
| 2 | Bab 2 | 21 % | 25 % |
| 3 | Bab 3 | 8 % | 10 % |
| 4 | Bab 4 | 6 % | 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, 02 Mei 2023

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursianah, S.Nam.,M.I.P
NBM. 964 591

BAB I Dewi Rezky Maemunah

105271106919

by Tahap Tutup



Submission date: 02-May-2023 04:57PM (UTC+0700)

Submission ID: 2081914870

File name: BAB_I_Dewi_Rezky_Maemunah_105271106919.docx (23.72K)

Word count: 1322

Character count: 8715

BAB I Dewi Rezky Maemunah 105271106919

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.iainpalopo.ac.id

Internet Source

3%

2

nazelka.wordpress.com

Internet Source

2%

3

text-id.123dok.com

Internet Source

2%

4

123dok.com

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



BAB II Dewi Rezky Maemunah

105271106919

by Tahap Tutup



Submission date: 02-May-2023 04:57PM (UTC+0700)

Submission ID: 2081915121

File name: BAB_II_Dewi_Rezky_Maemunah_105271106919.docx (43.58K)

Word count: 2987

Character count: 18907

BAB II Dewi Rezky Maemunah 105271106919

ORIGINALITY REPORT

21 %

SIMILARITY INDEX

23 %

INTERNET SOURCES

3 %

PUBLICATIONS

8 %

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source | 7% |
| 2 | eprints.umm.ac.id Internet Source | 6% |
| 3 | digilib.uinsby.ac.id Internet Source | 3% |
| 4 | digilib.uinkhas.ac.id Internet Source | 2% |
| 5 | jurnal.umt.ac.id Internet Source | 2% |
| 6 | 123dok.com Internet Source | 2% |



Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

BAB III Dewi Rezky Maemunah

105271106919

by Tahap Tutup



Submission date: 02-May-2023 04:58PM (UTC+0700)

Submission ID: 2081915314

File name: BAB_III_Dewi_Rezky_Maemunah_105271106919.docx (21.47K)

Word count: 1031

Character count: 6966

BAB III Dewi Rezky Maemunah 105271106919

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

19%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Tarumanagara University

Student Paper

2%

2

journal.trunojoyo.ac.id

Internet Source

2%

3

123dok.com

Internet Source

2%

4

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

2%

5

multilingual.kemdikbud.go.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



BAB IV Dewi Rezky Maemunah

105271106919

by Tahap Tutup



Submission date: 02-May-2023 04:59PM (UTC+0700)

Submission ID: 2081915674

File name: BAB_IV_Dewi_Rezky_Maemunah_105271106919.docx (35.54K)

Word count: 5130

Character count: 34105

BAB IV Dewi Rezky Maemunah 105271106919

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

6%



Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



BAB V Dewi Rezky Maemunah

105271106919

by Tahap Tutup



Submission date: 02-May-2023 04:59PM (UTC+0700)

Submission ID: 2081915861

File name: BAB_V_Dewi_Rezky_Maemunah_105271106919.docx (15.01K)

Word count: 365

Character count: 2525

BAB V Dewi Rezky Maemunah 105271106919

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.uinsu.ac.id

Internet Source

3%

2

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

2%



Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



BIODATA



DEWI REZKY MAEMUNAH, lahir di Pangkep pada 23 Mei 2000. Peneliti adalah anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Junaedi Kadir dan Ibu Hatijah HZ. Adapun pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti adalah RA Aisyiyah Sibatua Pangkajene, lulus pada tahun 2005, kemudian MIS Muhammadiyah Sibatua Pangkajene, lulus pada tahun 2011, kemudian MTs Muhammadiyah Sibatua Pangkajene, lulus pada tahun 2014, dan kemudian MA Muhammadiyah Sibatua Pangkajene, lulus pada tahun 2017. Peneliti kemudian melanjutkan pendidikan pada tahun 2018 di Ma'had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar, (D2 Pendidikan Bahasa Arab dan Studi Islam), lulus pada tahun 2021, kemudian pada tahun 2019 peneliti melanjutkan pendidikannya pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.