

**POLA STRATEGI DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT MELALUI
INSTAGRAM PERSPEKTIF ILMU KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM**



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:

SRI NINGRUM ID. ISMAIL

NIM:105271112121

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1446 H/2025 M**



PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi Saudara (i), **SRI NINGRUM ID. ISMAIL**, NIM. 105271112121 yang berjudul **"Pola Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui Instagram (Perspektif Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam)."** telah diujikan pada hari Sabtu, 19 Dzulqaidah 1446 H./ 17 Mei 2025 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.

19 Dzulqaidah 1446 H.
Makassar,
17 Mei 2025 M.

Dewan Penguji :

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

Sekretaris : Dr. H. Muhammad Syahrudin, S. Pd.I., M.Kom.I. (.....)

Anggota : M. Zakaria Al-Anshori, M. Sos.I. (.....)

Amri Amir, Lc., M. Pd. (.....)

Pembimbing I : Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A. (.....)

Pembimbing II: Dr. Aliman, Lc., M. Fil.I. (.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,


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



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i), **SRI NINGRUM ID. ISMAIL**, NIM. 105271112121 yang berjudul **“Pola Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui Instagram (Perspektif Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam).”** telah diujikan pada hari Sabtu, 19 Dzulqaidah 1446 H./ 17 Mei 2025 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.

19 Dzulqaidah 1446 H.
Makassar, _____
17 Mei 2025 M.

Dewan Penguji :

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

Sekretaris : Dr. H. Muhammad Syahrudin, S. Pd.I., M.Kom.I. (.....)

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

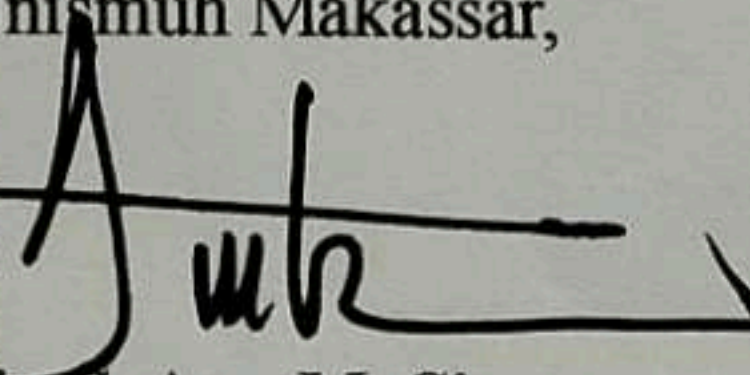
Amri Amir, Lc., M. Pd.

Pembimbing I : Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.

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

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,


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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama

: Sri Ningrum Id. Ismail

Nim

: 105271112121

Fakultas/Prodi

: Agama Islam/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Universitas

: Muhammadiyah Makassar

Judul Skripsi

: Pola Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Instagram Prespektif Ilmu Komunikasi Dan Pennyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai penyusunan skripsi benar, saya yang Menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapa pun).
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (plagiat) dalam Menyusun skripsi.
3. Apabila di kemudian hari saya melanggar pada pernyataan butir 1 dan 2, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku

Makassar, 21 Dzulqa'dah 1446 H
19 Mei 2025 M

Yang Membuat Pernyataan



Sri Ningrum Id. Ismail

Nim: 105271112121

MOTTO

**“Hidup Sekali, Teruslah Berusaha Istiqomah dalam menyebarkan
Kebaikan”**



ABSTRAK

Sri Ningrum Id.Ismail. 105271112121. Pola Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Instagram Prespektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam. Dibimbing oleh, M. Ilham muchtar dan Aliman.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola strategi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Adi Hidayat (UAH) melalui platform instagram, dengan pendekatan prespektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam. pada Era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu alat penting dalam penyebaran pesan – pesan keagamaan, dan UAH sebagai salah satu pendakwah terkenal di Indonesia, memanfaatkan instagram secara efektif untuk berdakwah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten terhadap postingan instagram UAH. Data yang dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap konten yang diunggah, melalui video dakwah, kutipan– kutipan motivasi, dan interaksi dengan pengikut. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi tema-tema utama, gaya komunikasi, serta strategi penyampaian pesan yang digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UAH menggunakan berbagai strategi komunikasi yang efektif, seperti strategi sentimentil ,strategi rasional,dan strategi indrawi serta melihat dari Prespektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam bahwa strategi dakwah yang digunakan sangat berkaitan dengan teori ilmu komunikasi modern yang mampu menarik perhatian dan mempengaruhi berbagai kalangan masyarakat.

Kata kunci: Dakwah, Adi Hidayat, Instagram, Ilmu komunikasi, Penyiaran Islam.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT, yang maha mengetahui dan maha melihat hamba-hambanya. Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT..., karena dengan rahmat dan karunia-Nyalah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pola Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Instagram Prespektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam” ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Shalawat beserta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rasulullah SAW. yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk manusia sepanjang masa.

Dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya peneliti sampai pada titik akhir penyelesaian skripsi. Namun, semua tak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan moril dan materil.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga peneliti haturkan kepada:

1. Dr. Ir H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T.,IPU. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya serta wakil rektor I, II, III, dan IV.
2. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si, Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar beserta wakil dekan I, II, III, dan IV.

3. Dr. Aliman, Lc., M.Fil.I. ketua program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Agil Husain Abdullah, S. Sos., M.Pd. Sekretaris Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A. Dosen Pembimbing I dan Dr. Aliman, Lc., M.Fil.I.. Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya, serta arahan, kritik, dan sarannya.
6. Seluruh dosen yang telah mendidik, membimbing, dan membekali berbagai pengetahuan kepada peneliti serta seluruh staf di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam sehingga peneliti dapat menyelesaikan jenjang S1.
7. Kepala perpustakaan dan staf Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Kupersembahkan karya ini kepada Orang tua panutanku Ayahanda Idgam Ismail, dan pintu surgaku Ibunda Tukiye, Nenek saya Samsia Nggoe Kakak saya Muhidin Ismail, Adik Saya Chairunisa ismail, serta seluruh keluarga terimakasih banyak atas segala pengorbanan, dukungan, motivasi, nasehat serta doa tulus kasih yang tidak pernah putus di panjatkan dalam setiap sujudnya memohon ridho dalam segala hal. Semoga kebaikan ini diganti dengan surga oleh Allah SWT. Semoga kalian semua selalu dalam lindungan Allah. Saya berharap ini menjadi

langkah awal bagiku untuk dapat membahagiakan kalian semua dan menjadi amal jariyah sebagai pemberat pahala di hari perhitungan nanti.

9. Seluruh sahabat-sahabat seperjuangan yang telah kebersamai perjuangan penyelesaian studi ini sejak awal hingga akhir. Semoga kita semua bisa memberikan yang terbaik untuk masyarakat nantinya sebagaimana yang kita ketahui bahwa kita adalah *Agent Of Change* dan semoga ini semua bisa menjadi amal jariyah untuk kita agar bisa kembali bersahabat bukan hanya sampai di dunia saja tapi juga di akhirat kelak.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang ikut andil dalam memberikan bantuan, dukungan moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembaca guna menambah pengetahuan dan wawasan keIslaman. Peneliti juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Makassar, 02 Dzulkadah 1446 H
01 Mei 2025 M

Peneliti

Sri Ningrum Id. Ismail
Nim:105271112121

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kajian terdahulu	11
BAB II TINJAUAN TEORITAS.....	13
A. Pola Strategi Dakwah	13
1. Pengertian pola strategi dakwah.....	13
2. Unsur-unsur strategi dakwah	16
3. Fungsi dan tujuan strategi dakwah	19
B. Media sosial sebagai media dakwah	20
1. Pengertian media sosial	20
2. Sejarah media sosial	21
3. Instagram.....	24
C. Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam	29
1. Pengertian Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam	29
2. Urgensi Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam.....	30
3. Peran Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam di era digital.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Desain penelitian.....	34
B. Lokasi,dan waktu penelitian	35
C. Jenis dan sifat penelitian.....	35

D. Fokus dan sub fokus penelitian	36
E. Data dan Sumber data.....	36
F. Teknik pengumpulan data.....	37
G. Teknik analisis data.....	39
H. Pengujian keabsahan data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Sejarah singkat Ustadz adi hidayat	44
1. Profil Ustadz Adi Hidayat	44
2. Deskripsi gambaran akun instagram Ustadz Adi Hidayat	49
B. Penyajian hasil penelitian	50
1. Pola Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Instagram.....	50
2. Pola Strategi Dakwah Ustadz Adi Hidayat Melalui Instagram Prespektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam	55
BAB V PENUTUP.....	60
A. kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Strategi sentimental	52
Tabel 4.2 Strategi rasional.....	53
Tabel 4.3 Strategi indrawi	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo instagram	28
Gambar 4.1 Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA.	44
Gambar 4.2 Gambar Beranda Akun instagram Ustadz Adi Hidayat	49



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah berasal dari kata bahasa arab *da'a*, *yad'u* dan *dakwatan* yang memiliki arti memanggil, mengajak, atau menyeru. berdasarkan istilah menurut syaikh ali mahfudz dakwah adalah mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk memerintahkan mereka untuk berbuat makruf dan mencegahnya dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebaikan dunia dan akhirat.¹

Sebagai umat muslim dakwah dipahami sebagai perintah Allah SWT yang tertuang dalam Al-Qur'an. Bagi setiap muslim yang taat kepada Allah SWT. Maka perintah berdakwah itu wajib dilaksanakan dengan baik. Lalu disadari bahwa dakwah itu merupakan suatu kebutuhan hidup manusia. dakwah disadari sebagai suatu kebutuhan hidup, maka dakwah menjadi suatu aktivitas setiap muslim kapanpun dan dimanapun mereka berada. Kemudian aktivitas dakwah berkembang dalam berbagai situasi dan kondisi dengan berbagai dinamikanya."²

Sebagaimana dakwah adalah proses penyampaian pesan- pesan keIslaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan dan nilai-nilai pesan. Pesan-

¹Meisil B.Wulur, *komunikasi dan media dakwah*, (cet.1;mojokerto:Insight mediatama, 2022) h.25

²Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam :solusi Islam atas problema-problema psikologi* ,(Yogyakarta: pustaka belajar ,1994,h.35

pesan keIslaman yang disampaikan disebut dakwah. Dakwah adalah ucapan atau seruan untuk mengajak manusia mengikuti Islam. Sehingga dalam dakwah harus ada media yang mendukung seperti media sosial yang akrab dengan aktivitas publik saat ini. Sebagaimana yang tercantum dalam surah Ali-Imran ayat 104 yang berbunyi:

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

Terjemahnya:

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung (Qs. Al-imran :104)³

Dalam surah tersebut dijelaskan bahwa hendaklah di antara kalian (wahai kaum Mukminin), ada segolongan orang yang mengajak kepada kebaikan dan memerintahkan kepada yang *ma'ruf*, yaitu sesuatu yang telah diketahui kebbaikannya menurut syariat dan akal, dan melarang dari kemungkaran, yaitu apa-apa yang diketahui keburukannya dari segi syariat maupun akal. Mereka itu adalah orang-orang yang beruntung menggapai surga yang penuh kenikmatan

Dakwah kini dapat dengan mudah disebarluaskan ke dunia umum karena teknologi modern. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang memiliki urgensi dalam Al-quran dan hadist untuk senantiasa diterapkan dalam kehidupan manusia, Sama halnya bagi mereka yang bisa mendapatkan pengetahuan kapan saja, dari mana saja. Terdapat kebutuhan mendesak untuk pengajaran Islam. Karena akan banyak

³ Kementrian agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (jakarta: lajnah pentasihan mushaf alquran, 2019), h. 420.

orang yang bisa mendengar pesan dakwah. Terkhusus pada generasi milenial yang mayoritas memiliki karakteristik berfikir out of the box dan selalu terkoneksi dengan internet telah mengubah metode dakwah di Indonesia. Mereka perlahan meninggalkan dakwah konvensional baik dari segi topik maupun metode sebagaimana tercermin dari semakin populernya gaya dakwah di Indonesia.⁴

Ketika membahas tentang dakwah, kita harus merujuk pada alquran dan as-sunah. Yaitu firman Allah dalam alquran surah an-nahl ayat 125 menjelaskan bahwa dakwah Islam tidak mengharuskan secepatnya berhasil dengan satu cara dan metode saja, namun berbagai cara dapat dilakukan sesuai objek dakwah dan kemampuan masing-masing sebagaimana firman Allah yang berbunyi

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ
: إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan jalan yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalannya dan dialah yang mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.⁵

Islam merupakan agama dakwah yang mewajibkan umatnya agar berdakwah kepada manusia lainnya. Oleh sebab itu adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat mendorong manusia dalam perkembangan dan perubahan sosial. Maka dakwah dikembangkan agar bisa menunjang potensi

⁴ D.I.A Putra, *View of The Role of Technology and Social Media in spreading the Qur'an and Hadist by Mubaligh*. (DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies Vol. 4 No. 1., 2019) h.46.

⁵ Kementerian Agama RI, *Mushaf Tajwid dan Terjemahan* (Cemani: UD. Fatwa, 2017), h.281

kemanusiaan. Perubahan pembangunan umat manusia agar berada pada jalan yang benar. Sehingga Islam diterima. masyarakat dengan menunjukkan bahwa Islam bukan ajaran yang inklusif. Karena itulah Islam dapat merangkul semua kalangan bahkan bukan hanya komunitas tertentu tetapi menjadi rahmat bagi sekalian alam menyampaikan dakwah di era modern dengan memanfaatkan sebuah teknologi sebagai media dakwah sangat diperlukan. Namun, Untuk mengatasi persoalan kehidupan dalam masyarakat penggunaan strategi dakwah yang modern harus dapat dilakukan. Sehingga suatu perubahan dalam masyarakat dari struktur yang sederhana menjadi kompleks, dari sistem sosial tertutup menjadi dinamis dan terbuka, Selain melalui media interaktif dan media sosial atau internet dakwah dilakukan melalui media massa yang berbentuk film. Adanya dakwah melalui media massa atau film telah menunjukkan manusia pada kemampuannya dalam berkomunikasi untuk menghemat waktu dan menundukkan ruang berdakwah di era globalisasi ini.⁶

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau kelompok kepada seseorang atau kelompok orang lainnya yang bersumber dari al-qur'an dan hadist dengan menggunakan lambing-lambang baik secara verbal ataupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran agama Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media⁷

⁶ D.I.A Putra, *Budaya Populis dalam Dakwah Islam*. (Jurnal Kajian Islam Vol. 2 No. 1 Tahun 2021)h.16. Melalui <http://journal.iaisambas.ac.id/index.php/borneo/article/view/731>

⁷ Wahyu Ilaihi, *komunikasi dakwah* (Cet.1;Bandung:remaja roesda karya,2010)h. 26.

Komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai upaya komunikator (orang yang menyampaikan pesan seperti ustadz, ulama', kyai, buya atau mubaligh) dalam mengkomunikasikan/menyampaikan pesan-pesan al-qur'an dan hadist kepada umat (khalayak) agar umat dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan dapat mengamalkan apa yang disampaikan dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan Al-Qur'an dan hadis sebagai pendoman dan pandangan hidupnya

Perkembangan dalam bidang komunikasi telah memperpendek jarak antar wilayah. Salah satu kecanggihan komunikasi yang paling mutakhir adalah internet. Banyaknya pengguna internet merupakan salah satu pendukung dari adanya dakwah dalam dunia sosial. Internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk berkarya. Penggunaannya memanfaatkan media sosial sebagai wadah baru untuk lebih berkembang. Selain itu, para ulama juga memanfaatkan media sosial sebagai jalur dakwah yang efektif dan tentunya akan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya.

Pengunaan Media sosial sangat marak akhir-akhir ini terutama pada kalangan pemuda. Media sosial sendiri sangat alternatif digunakan sebagai sarana dakwah masa kini. Maka tak sedikit dari para aktivis dakwah memanfaatkan media sosial. seperti instagram dan media sosial lainnya yang ada sebagai salah satu sarana dakwah Islam⁸

⁸ Kinanti, Analisis isi pesan dakwah oleh Habib Husein Jafar Al-Hadar melalui media sosial instagram@husain_hadar(Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung,2023)h. 5.

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka sekarang ini masyarakat berinteraksi di dalam dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Melalui kecanggihan teknologi informasi, maka masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial.⁹

Dengan perkembangan teknologi dan hadirnya berbagai media sosial para Da'i dan Dai'ah kini mendapatkan wadah yang sangat luas dalam pengembangan dakwah. Salah satu media yang paling tepat digunakan dalam menyeru kepada kebaikan atau berdakwah ialah dengan memanfaatkan sosial media. Sosial media menjadi wasilah dakwah yang bisa digunakan di masa modern ini. Perkembangan teknologi komunikasi telah melalui perkembangan yang cukup signifikan sejak awal generasi. Saat ini, hampir tidak ada lagi batasan bagi manusia untuk berkomunikasi kapan dan dimanapun berada.¹⁰

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain melalui internet. Sejarah media sosial dimulai jauh sebelum era internet media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari banyak orang diseluruh dunia, mempengaruhi cara orang berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun komunitas online. Media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan

⁹ Shiefti dyah alyusi, *media sosial interaksi, identitas dan modal sosial*, (Cet.2; Jakarta: kencana, 2018) h.1

¹⁰ Mariamamardatillah, Aliman, Yaqub, *analisis pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media dakwah mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam universitas muhammadiyah makassar angkatan 2020*(JIIC:jurnal intelek insan cendikia, vol.1 No.10., 2024) h.5

saat ini karena memudahkan dalam mengakses informasi atau berita dengan cepat.¹¹

Instagram sebagai media dakwah mempunyai fitur untuk digunakan membagikan pesan dalam bentuk foto dan video. Jadi pendakwah bisa menggunakan instagram sebagai bentuk mengikuti perkembangan zaman, karena mayoritas pengguna media social instagram dipakai oleh generasi milenial jadi dakwah disampaikan pendakwah bisa saja dilihat oleh pengguna instagram ketika ia sudah mengikuti akun pendakwah tersebut.¹²

Para pendakwah umumnya berdakwah melalui video dengan memanfaatkan instagram. Mereka mengemas konsep dakwah yang kreatif melalui video di instagram untuk mengedukasi, memotivasi atau mengubah perilaku target dakwah (pengguna instagram) agar menjadi lebih religius. Sebab instagram dapat menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak umum. Fasilitas yang diberikan instagram juga cukup menarik, mulai dari feed yang bisa diisi oleh foto dan video IG, IG TV, snapgram, bahkan sekarang juga instagram menambahkan fitur reels. Pesan yang dibuat bisa dicantumkan dengan foto ataupun video serta fitur audio yang menarik, sehingga pengguna tidak mudah merasa bosan dengan instagram.

Pada masa sekarang ini, para pendakwah banyak sekali menggunakan sosial media sebagai media penyampaian dakwah salah satu pendakwah yang aktif di media sosial Adalah Ustadz Adi Hidayat Merupakan Mubaligh Atau pendakwah Indonesia Yang Memiliki Popularitas Tinggi Di Kalangan Masyarakat.

¹¹ Aziz Iskandar & Mulkan Habibi, *Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Di Media Sosial* (studi akun instagram @husain_hadar), (jurnal kemuhammadiyaan dan integrasi ilmu, Vol.1 No.1, 2023) h.33

¹² Muhammad Sidiq, *media sosial instagram sebagai media dakwah di masa pandemi*, Makalah, (parepare: institut agama Islam negeri parepare, 2020) h. 6

Disebabkan Ustadz Adi Hidayat Merupakan Salah Satu Pendakwah Yang Aktif Berdakwah Di Media Sosial Salah Satunya Di Instagram. dengan Maraknya Berdakwah Di media Sosial, membuat Ustadz Adi Hidayat melebarkan Perjuangan Dakwahnya Salah Satunya Pada Media Instagram Karena Dianggap Sebagai Media Yang Efektif untuk Berdakwah Di Zaman serba Teknologi Seperti Sekarang.

Dakwah yang dilakukan berbentuk video yang dikemas semenarik mungkin dengan menyertakan ayat-ayat al-quran maupun hadis nabi saw. serta mengadakan kajian yang membahas kitab maupun tafsir. Setrta banyak menganalisis isu-isu yang sedang berkembang dikalangan masyarakat. dengan pembawaannya yang tenang dan ramah membuat masyarakat yang mulannya

Ustad Adi Hidayat memiliki akun instagram bernama @adihidayatofficial dengan jumlah followers/pengikut sebanyak 5 juta pengikut sehingga ini yang menyebabkan sasaran dakwah beliau sangat luas. dalam akun instagramnya Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan akunya sebagai sarana penyampaian pesan dakwah.

Adapun peneliti mengambil media instagram sebagai media penelitian dikarenakan jumlah pengikut di instagram lebih banyak dari pada media sosial lainnya milik beliau`

Penelitian ini sangat menarik untuk dilakukan karena penyampaian dakwah yang disampaikan menggunakan media instagram yang mana kita ketahui bersama bahwa instagram merupakan terobosan terbaru dalam dunia dakwah.

Yang mana kita bisa menyajikan dan menikmati tayangan dakwah dimana saja dan kapan saja.

Pilihan judul penelitian didasarkan pada netizen atau warganet karena merupakan konsumen langsung dalam pemanfaatan media sosial sebagai wadah dakwah. Oleh karena itu penyampaian pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat di instagram perlu untuk dianalisis. Dalam hal ini peneliti ingin menganalisis pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagramnya apakah dakwah yang dilakukan sesuai dengan perspektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam. peneliti ingin menganalisis pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat, melalui postingan @adihidayatofficial yang ada di instagramnya. Baik secara tersirat maupun tersurat yang terdapat dalam unggahan akun instagram tersebut.

B. Rumusan Masalah

Untuk dapat mengetahui pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram perspektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan diantaranya:

1. Bagaimana pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram?
2. Bagaimana pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram menurut perspektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola strategi dakwah yang digunakan Ustadz Adi Hidayat melalui instagram.

2. Untuk mengetahui pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram menurut prespektif Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti yang akan datang, dalam konteks menyampaikan dakwah dengan menggunakan teknologi, terkhusus dalam penggunaan media sosial instagram.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan sebagai sumber informasi bagi mahasiswa komunikasi penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan pembaca dalam menjadikan media sosial sebagai wadah menyebarkan kebaikan, serta meningkatkan kualitas yang ada pada diri.
- c. Penelitian ini diharapkan bagi aktivis dakwah untuk memperluas aktivitas dakwah sesuai dengan metode dan cara yang efektif.

E. Kajian Terdahulu

Penelitian mengenai strategi dakwah melalui media sosial telah banyak dilakukan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan berkembangnya

teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial seperti instagram,youtube dan tiktok kini menjadi alat penting dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas dan efektif. Adapun hasil penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Skripsi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Yang ditulis oleh Didik Nasrullah Rahman dengan judul strategi komunikasi dakwah Ustadz Abdul Somad melalui sosial media Youtube. Pada tahun 2022 Skripsi ini meneliti tentang strategi komunikasi dakwah yang efektif melalui youtube dengan pendekatan baik, membangun kekuatan komunikator, identifikasi target audiens, penyusunan pesan dakwah, pemilihan media dan saluran komunikasi dan evaluasi efektifitas dakwah.¹³
2. Skripsi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Yang ditulis oleh Fauqi Hasnan dengan judul strategi dakwah akun insatgram @ASADEDULLOH dalam meningkatkan aqidah *Followers*. Pada tahun 2023, penelitian ini berupaya melengkapi kajian-kajian sebelumnya dengan fokus khusus pada bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh akun Instagram @asadedulloh dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan aqidah followers-nya. Penelitian ini juga ingin melihat sejauh mana pendekatan dakwah digital yang digunakan mampu menyentuh aspek

¹³ Didik Nasrullah Rahman,Strategi komunikasi dakwah ustadz Abdul Somad melalui media sosial Youtube (Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Antasari Banjarmasin,2022) Diambil dari <https://idr.uin-antasari.ac.id/21941/>

keyakinan (aqidah) secara mendalam melalui media yang bersifat cepat, visual, dan interaktif.¹⁴

3. Skripsi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Yang ditulis oleh Sayuti Simbolon dengan judul strategi komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat pada channel Youtube Adi Hidayat Official. Pada tahun 2023, skripsi ini menganalisis strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui pendekatan Al-Manhaj Al-Athifi (sentimental), Al-Manhaj Al-Aqli (rasional), dan Al-Manhaj Al-Hissi (indrawi). Penelitian ini menunjukkan bahwa Ustadz Adi Hidayat menggunakan pendekatan yang menyentuh hati, logika, dan pancaindra dalam menyampaikan dakwahnya melalui YouTube¹⁵

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti sekarang yaitu terletak pada objek & tokoh penelitian, dimana peneliti terdahulu meninjau Bagaimana strategi komunikasi dakwah pada akun Youtube. Sedangkan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti sekarang yaitu meninjau bagaimana pola strategi dakwah pada akun instagram dan perspektif ilmu komunikasi.

¹⁴ Fauqi hasnan , Strategi dakwah akun insatgram @ASADEDULLOH dalam meningkatkan aqidah *Followers*. (Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Antasari Banjarmasin,2023) Diambil dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70945/1/FAUQI%20HASNAN-FDK.pdf>

¹⁵ Sayuti Simbolon , strategi komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat pada channel Youtube Adi Hidayat Official. (Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Imam Bonjol Padang ,2023) Diambil dari <https://repository.uinib.ac.id/18601>

BAB II

TINJAUAN TEORIETAS

A. Pola Strategi Dakwah

1. Pengertian pola strategi dakwah

Pengertian pola strategi dakwah adalah rencana atau taktik yang digunakan dalam menyampaikan ajaran agama Islam dengan tujuan memberikan pemahaman dan pembimbingan kepada masyarakat. Strategi pada mulanya merupakan suatu istilah yang diadopsi dari kalangan militer, yang merujuk kepada penggunaan dan pemanfaatan dana, daya dan peralatan yang tersedia untuk memenangkan pertempuran. Akan tetapi dewasa ini sesuai dengan perkembangan kehidupan pada abad modern, istilah tersebut ternyata tidak hanya digunakan dalam istilah militer saja, akan tetapi juga digunakan oleh berbagai organisasi non militer tak terkecuali di dalamnya, yaitu organisasi masyarakat seperti Muhammadiyah di dalam pengembangan dakwahnya.¹⁶ Hal tersebut tiada lain dikarenakan dakwah merupakan suatu aktifitas untuk mengajak manusia menuju suatu tujuan.

Strategi dakwah adalah metode siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah.¹⁷ Asmuni menambahkan "strategi dakwah yang dikutip oleh Ahmad Anas dalam bukunya yang berjudul Paradigma Dakwah Kontemporer,

¹⁶ Najmuddin , Strategi dakwah dan faktor pengaruh, (TASAMUH: Jurnal studi Islam, Vol. 12 No. 1., 2020) h. 28.

¹⁷ Asmuni syukir, Dasar-dasar Strategi dakwah Islam, Cet, Ke- 1 (Surabaya: Al-ikhlas , 1983) h.51

Aplikasi dan Praktisi Dakwah sebagai Solusi Problematikann Kekinian ¹⁸, usaha dakwah harus memperhatikan beberapa hal, antara lain:

- a. Asas filosofi, yaitu asas yang membicarakan tentang hal-hal yang erat hubungannya dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah;
- b. Asas psikologi, yaitu asas yang membahas tentang masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitu juga sasaran dakwah yang memiliki karakter kejiwaan yang unik, sehingga ketika terdapat hal-hal yang masih asing pada diri mad'u tidak diasumsikan sebagai pemberontakan atau distorsi terhadap ajakan;
- c. Asas sosiologi, yaitu asas yang membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya politik masyarakat setempat, mayoritas agama di daerah setempat, filosofi sasaran dakwah dan sosio-kultur, yang sepenuhnya diarahkan pada persaudaraan yang kokoh, sehingga tidak ada sekat diantara elemen dakwah, baik kepada objek (mad'u) maupun kepada sesama subjek (pelaku dakwah). Dalam mencoba memahami keberagaman masyarakat, antara konsepsi psikologi, sosiologi dan religiusitas hendaknya tidak dipisahkan secara ketat, sebab jika terjadi akan menghasilkan kesimpulan yang fatal.
- d. Asas kemampuan dan keahlian (*achievement and profesional*), yaitu asas yang lebih menekankan pada kemampuan dan profesionalisme subjek dakwah

¹⁸ Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer, Aplikasi dan Praktisi Dakwah sebagai Solusi Problematikan Kekinian*, (Cet. I; Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), h. 184

dalam menjalankan misinya. Latar belakang subjek dakwah akan dijadikan ukuran kepercayaan mad'u;

e. Asas efektifitas dan efisiensi, yaitu asas yang menekankan usaha melaksanakan kegiatan dengan semaksimal mungkin sesuai dengan planning yang telah ditetapkan" sebelumnya. untuk itu strategi dakwah sangat penting untuk menyampaikan dakwah secara efektif, memahami audiens, dan merespon perubahan zaman, dengan strategi yang tepat, dakwah dapat lebih mudah diterima dan membangun pemahaman yang positif terhadap ajaran agama.

Secara Etimologi kata dakwah berasal dari Bahasa Arab yakni da'a, yad'u, du'ah/da'watan,¹⁹ jadi kata da'aa atau dakwah adalah isim mashdar dari du'aa, yang keduanya mempunyai arti yang sama yaitu ajakan atau panggilan. Menurut pendapat ulama basrah dasar pengambilan kata dakwah itu adalah dari kata mashdar yakni da'watan yang artinya panggilan. Sedangkan menurut ulama kufa perkataan dakwah itu diambil dari akar kata da'aa yang artinya telah memanggil. Kesimpulan kata dakwah mempunyai arti tanda tergantung kepada pemakaiannya dalam kalimat. Namun dalam hal ini yang dimaksud adalah dakwah dalam arti seruan, ajakan atau panggilan. Panggilan itu adalah panggilan kepada Allah SWT²⁰

Secara terminologi, dakwah adalah upaya untuk mengajak orang lain kepada ajaran Islam dengan terlebih dahulu membina diri sendiri. Pembinaan diri sendiri menjadi sesuatu yang mutlak karena dakwah membutuhkan

¹⁹ Mahmud yunus, Kamus arab- indonesia (jakarta: yayasan penyelenggara penterjemahan/pentafsiran al-quran, 1973),h.127

²⁰ Alwisral Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah dalam membentuk Da'i dan Khotib Profesional* (Jakarta: kalam mulia, 2005), h.2

keteladanan. Penyampaian ajaran agama kepada masyarakat dilakukan secara bijak sehingga ajaran Islam dipahami dan diamalkan oleh masyarakat. Diperlukan adanya pembimbing kehidupan beragama agar agama menjadi panduan bagi kehidupan manusia.²¹

2. Unsur-Unsur Strategi Dakwah

Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur dakwah yang terkandung didalamnya, diantaranya:

a. *Dai*, (baik pribadi/individu maupun secara berjamaah /kolektif)

Dai merupakan subjek dakwah baik secara individual, kelompok, organisasi atau lembaga yang dipanggil untuk melakukan tindakan dakwah. Dan seruan itu untuk umat Islam yang sesuai dengan kemampuan dan kapasitas masing-masing umat.

b. *Mad'u*, (masyarakat luas atau umat manusia)

Masyarakat luas atau mad'u merupakan sasaran dakwah yang tidak lepas dari kultur kehidupan yang melingkupinya yang harus dipertimbangkan dalam pelaksanaan dakwah. Situasi teologis, cultural, dan structural mad'u (masyarakat). Karena hal ini dakwah Islam dilakukan dalam situasi sosio-kultural tertentu yang dilihat dari berbagai aspek kehidupan masyarakat.²²

c. *Maddah* (Materi dakwah)

Maddah adalah masalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i pada mad'u. Mad'u dakwah secara umum meliputi tiga aspek, diantaranya

²¹ Bambang S. Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 126

²² Meisil B. Wulur, *kommunikasi dan media dakwah* (cet.1; Mojokerto: Insight Mediatama, 2022), h. 25

bidang akidah, syariah, dan akhlak.

d. *Wasilah* (media dakwah)

Wasilah (media dakwah), yaitu sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) atau pesan-pesan dakwah kepada *mad'u* dalam bentuk alat ataupun lisan, yang bersifat verbal ataupun non verbal.

e. *Thariqoh* (Metode Dakwah)

Thariqoh yaitu cara atau strategi yang harus dimiliki oleh da'i dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya. Metode dakwah ini secara umum ada tiga berdasarkan al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yaitu; Metode Bil Hikmah, Metode Mau'izhoh Hasanah, dan Metode Mujadalah.

1). **Bil Hikmah**, yaitu berdakwah dengan cara yang arif bijaksana, Dengan melalui pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, tekanan maupun konflik. Dengan kata lain dakwah bil al-hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi dakwah yang dilakukan atas dasar persuasif.²³

2). **Mau'izhoh Hasanah**, yaitu berdakwah dengan nasihat yang baik, maksudnya adalah memberikan nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk - petunjuk kearah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati menyentuh perasaan, lurus pikiran, menghindari sifat kasar dan tidak mencari dan menyebut kesalahan audiens

²³ Toto tas moro , *komunikasi dakwah*, (Jakarta: gaya media pratama, 1987) h. 37

sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah.²⁴

3). **Mujadalah**, adalah metode dakwah yang dilakukan dengan mendiskusikan suatu masalah secara bersama, dengan saling mengeluarkan pendapat dan bertukar pikiran. Metode ini sangat efektif untuk meningkatkan pengetahuan agama Islam pada sasaran agama.²⁵

e. Wasilah (Media Dakwah)

Wasilah adalah media atau instrument yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad'u. Media ini biasa dimanfaatkan oleh da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan atau tulisan.

wasilah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Adapun wasilah dakwah terbagi menjadi lima, yaitu:

- 1) Lisan, yaitu wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan, yaitu dakwah dengan menggunakan media tulis (cetak), seperti buku, majalah, surat kabar, dan spanduk.
- 3) Lukisan, bisa berupa gambar atau karikatur.
- 4) Audio Visual yaitu dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan. Misalnya: televisi, film, slide, internet, dan sebagainya.

²⁴Muhammad Hizbullah, *Konsep Mau'izzah Hasannah Dalam Al-Qur'an* (Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Syarif hidayatullah jakarta, 2014, h 24

²⁵ Magfirah, *Mujadalah Menurut Al-Quran*, (Jurnal Al-Bayan, Vol. 20 No. 29, 2014), h 109

- 5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.²⁶

3. Fungsi Dan tujuan Strategi Dakwah

Strategi dakwah memiliki fungsi dan tujuan untuk menyampaikan ajaran agama Islam secara efektif. Fungsi utamanya adalah menyebarkan nilai-nilai keagamaan, memperkuat iman umat, dan memberikan pemahaman yang benar terhadap ajaran Islam. Tujuannya mencakup penyebaran dakwah dengan cara yang relevan, membangun kesadaran agama, serta menciptakan masyarakat yang taat dan bertanggung jawab. Adapun Fungsi utama dalam dakwah Islam yaitu untuk mendorong manusia dalam melakukan sesuatu sesuai dengan ajaran Islam. mengajak manusia untuk meyakini dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupannya demi kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Tujuan dakwah merupakan upaya pengaktualisasian pesan-pesan dakwah yang ingin dicapai dari aktivitas dakwah yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari guna terwujudnya tujuan dakwah, yaitu menyampaikan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran agama Islam demi tercapainya suatu tatanan kehidupan yang diridhoi oleh Allah SWT. Rasulullah Saw berkata dalam hadisnya.

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ. (وراه صحيح مسلم)

Artinya:

²⁶ Miranti dwi jaliani, *pola komunikasi dakwah dalam penyiaran Islam berbasis kreatif lokal*(Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung,2023, h 34

Barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka cegahlah dengan tanganmu, apabila belum bisa, maka cegahlah dengan mulutmu, apabila belum bisa, cegahlah dengan hatimu, dan mencegah kemungkaran dengan hati adalah pertanda selemah-lemah iman (H.R. Muslim).²⁷

Amar ma'ruf nahi mungkar adalah dua hal yang saling berpaut yang menjadi kewajiban bagi seorang muslim. Siapapun kita, maka harus berusaha sekuat tenaga dengan segala upaya untuk mencegah kezhaliman. Dalam banyak kesempatan, akan kita temukan orang-orang yang masih belum tahu akan kebenaran. tugas kita, ialah mendakwahi dengan menyampaikan kebenaran. Kemudian, mengajak untuk bersama sama melakukan kebaikan tersebut. Nahi Munkar ialah mencegah dari keburukan. Ada orang yang berbuat buruk karena ia tidak tahu, maka beritahukan bahwa apa yang dilakukannya merupakan perbuatan yang buruk. Mencegah keburukan tidak boleh dengan keburukan pula. Melainkan harus disampaikan dengan cara yang ihsan.

B. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

1. Pengertian media sosial

Kemunculan media sebagai suatu teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan media sosial di masyarakat. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

²⁷ Abd.Aziz dan Robby Racman Santoso *Nahi mungkar dalam dakwah*, (Jurnal, Vol. 18 No. 2, 2020), h 195

Melalui media sosial setiap orang bisa membuat, mennyunting, sekaligus mempublikasikan sendiri konten, berita, promosi, artikel, foto, dan video.²⁸

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Post di blog, tweet atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Dengan adanya media sosial seseorang lebih mudah untuk berbagi informasi, melakukan hubungan pertemanan, saling berkirim pesan ataupun untuk mengetahui informasi seputar lowongan kerja yang ada di dunia maya penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Media sosial sendiri termasuk kategori media baru (new media).

dengan media sosial kita bisa saling berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking) meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan lain sebagainya.

2. Sejarah media sosial

Sosial media mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 Friendster merajai sosial media karena hanya

²⁸ Kinanti, Analisis isi pesan dakwah oleh Habib Husein Jafar Al-Hadar melalui media sosial instagram@husain_hadar(Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung,2023)h. 5.

Friendster yang mendominasi sosial media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing. Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Pada tahun 1995 lahirlah situ Geo Cities, Geo Cities melayani web hosting (layanan penyewaan penyimpanan data-data website agar website dapat diakses dari manapun). Geo Cities merupakan tonggak awal berdirinya website-website.²⁹

Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu *Sixdegree.com* dan *Classmates.com*. Tak hanya itu, ditahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun. Pada tahun 2002 Friendster menjadi sosial media yang sangat booming dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing, seperti *LinkedIn*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Wiser*, *Google+* dan lain sebagainya. Sosial Media juga kini menjadi sarana atau aktivitas *digital marketing*, seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement* dan *Social Media*

²⁹ Arafiq, dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat, (GLOBAL KOMUNIKA: , Vol. 1 No. 1. 2020) h. 20.

Activation. Oleh karena itu, Sosial Media kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *Digital Agency*³⁰

Revolusi. Itulah yang terjadi dengan perkembangan media sosial (medsos). Makin cepat, beragam, unik, merambah beragam segmen dan berkarakteristik. Medsos tumbuh pesat berkat internet. Tentang kelahiran internet sendiri tidak ada kesepakatan. Apakah lahir ketika adopsi TCP/IP atau ketika *World Wide Web (WWW)* muncul. Namun, momen monumental jaringan global tersebut terjadi pada 29 Oktober 1969 lalu.³¹

Media sosial telah menjadi bagian integral masyarakat modern. Bahkan beberapa jaringan sosial memiliki pengguna yang jumlahnya lebih banyak dari pada populasi warga kebanyakan Negara. Selalu saja ada ruang virtual yang begitu diminati oleh penggunanya. Ada akun-akun untuk berbagi foto, video, status terbaru, saling menyapa dan bertemu secara virtual dengan teman-teman baru dan teman-teman lama. Selalu ada jalur melalui media sosial terhadap kebutuhan akan beragam informasi dan komunikasi yang muncul di masyarakat.

Media sosial terbesar yang paling sering digunakan Sekarang ini yaitu, *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LINE, Whatsapp, Messenger*. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki.³²

³⁰ Arafiq, dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat, (GLOBAL KOMUNIKA: , Vol. 1 No. 1. 2020) h. 20.

³¹ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Panduan Optimalisasi Media Sosial*, (Jakarta, Humas Kementerian Perdagangan, 2014), h. 10

³² Cahyono, A. S. Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia

Sedangkan jenis media sosial terbagi menjadi enam kategori besar media sosial, diantaranya media jejaring sosial (social networking), jurnal online (blog), jurnal online sederhana atau microblog (micro-blogging), media berbagi (media sharing), penanda sosial (social bookmarking) dan media konten bersama atau wiki. Dari jenis media sosial tersebut berdasarkan kategorinya³³, dalam penelitian ini dibatasi, pada jenis media sosial yang diteliti adalah dalam kategori Sosial networks yaitu instagram

3. Instagram

a. Pengertian instagram

Instagram terdiri dari dua kata yaitu insta/instan dan gram/Telegram. instagram dapat diartikan sebagai media social yang dapat mengirimkan informasi secara cepat. Dari definisi di atas secara umum instagram adalah aplikasi yang dapat difungsikan sebagai media berbagi foto dan video dalam sebuah jejaring social, memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video dan menambahkan filter untuk menambah kesan menarik pada foto³⁴. Instagram pertama kali dikembangkan di San Francisco, Amerika Serikat oleh perusahaan startup Burbn, Inc dari CEO Kevin Systrom dan Mike Krieger. Versi awal dari Instagram adalah Burbn yang pada saat itu hanya dapat digunakan pada iPhone. Akhirnya pada 2012 perusahaan Facebook secara resmi mengambil alih

³³ Rifka, pengguna media sosial sebagai efektivitas komunikasi pemasaran pada pedagang di pasar aceh dalam pandangan Islam (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam negeri Ar-raniry banda aceh, 2020) h. 24.

³⁴ Rudi Dian Arifin, *Pengertian Instagram Beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll*, diakses dari <https://dianisa.com/pengertian-instagram/> pada tanggal 16 desember 2023. Pukul 23.27 WITA.

manajemen Instagram. Pada tahun 2016, logo resmi Instagram telah diubah dan disajikan kepada public dengan penampilan yang lebih elegan.³⁵

b. Fitur-fitur instagram

Sosial media instagram memiliki banyak fitur yang sampai saat ini masih terus melakukan perkembangan. Hal tersebut dilakukan agar dapat memuaskan para pengguna *Instagram*. *Instagram* saat ini memiliki beberapa fitur-fitur antara lain yaitu:³⁶

a) Fitur profil dan bio

Fitur profil ini digunakan oleh para pengguna *Instagram* untuk mempermudah dalam mencari akun *instagram* orang lain. Adapun bio berfungsi untuk memberikan informasi kepada para *followers* atau siapapun yang melihat profil pengguna.

b) Fitur foto dan video

Fitur ini digunakan untuk mengunggah aktivitas yang ingin di Unggah baik berupa foto ataupun Video dapat digunakan untuk komunikasi visual, dokumentasi dan mengabadikan moment.

c) Fitur *Stories* dan *closefriends*

Fitur ini biasa digunakan oleh pengguna *instagram* untuk mengunggah kegiatan sehari-hari ataupun untuk mengunggah postingan pada *Home Page* dengan tujuan mendapatkan penonton lebih banyak. Fitur ini juga dilengkapi dengan fitur *Closefriend* dimana pada fitur ini pengguna

³⁵ Akbar Asfihan, Instagram Adalah: *Sejarah, Fungsi dan Keistimewaan Instagram*, diakses dari <https://adalah.co.id/instagram/>. Pada tanggal 16 desember 2023.

³⁶ Citra Antasari, Pemanfaatan Fitur instagram sebagai saran komunikasi pemasaran kedai Babakkeroyokan Di palu, Jurnal Kinesik Vol.9 No.2 tahun 2022, h.5

instagram dapat memilih siapa saja *Followers* yang dapat melihat *Story* tersebut. Pada fitur ini dapat mengarsipkan sebuah unggahan foto ataupun video kita pada tahun berikutnya unggahan tersebut dapat menjadi sebuah kenangan.

d) Fitur *Caption*

Fitur *Caption* berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua kata terhadap foto yang diunggah. Sebuah kalimat yang menggambarkan keadaan, perasaan ataupun sebuah kalimat yang menarik.

e) Fitur *Hastag*

Fitur *Hastag* pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman mengelompokkan foto dalam satu label. Fitur ini juga dapat digunakan untuk menandai suatu hal yang penting atau menjadi topik yang sedang tren sehingga postingan tersebut bisa ikut naik jika banyak menggunakan *hashtag* tersebut.

f) Fitur *like*

Fitur *like* biasa digunakan untuk melihat siapa saja yang menyukai unggahan tersebut.

g) Fitur *comment*

Fitur *Komentar* biasa digunakan untuk menerima masukan dari *Followers* baik itu masukan positif ataupun negatif dari postingan yang di unggah.

h) Fitur *Direct Message* (DM)

Pada fitur ini pengguna *Instagram* dapat saling berukar kabar melalui pesan yang dikirim. Fitur ini tidak hanya digunakan untuk mengirim pesan saja akan tetapi juga dapat digunakan untuk menelpon, *video call* dan juga *voice note*.

i) Fitur tag lokasi

Pada fitur ini memberikan informasi terkait lokasi yang sedang di tinggali dengan tujuan mempermudah dalam menemukan sebuah lokasi kepada *followers* apabila kita memberikan tag lokasi pada sebuah postingan yang kita unggah.

j) Fitur siaran langsung (*Live*)

Dengan fitur ini para pengguna *instagram* dapat melakukan video secara langsung tanpa batas waktu. Tentunya hal ini akan mempermudah interaksi antara pengguna *instagram*.

k) Fitur sorotan

Fitur ini merupakan sebuah fitur yang dapat digunakan oleh pengguna *instagram* untuk mengarsipkan suatu *insta story* yang telah dibuat dengan fitur ini kita dapat melihat kembali *story* yang kita buat selama 24 jam. Apabila kita mengaktifkan fitur ini maka akan tampil sebuah sorotan pada profil akun kita. ³⁷

l) Fitur News Feed

News Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi teradap

³⁷ Irene mardiatul laily, *instagram sebagai media pembelajaran digital agama Islam diera 4.0*, jurnal manajemen pendidikan Islam vol.3 no.2 tahun 2022, h.9

berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu "following" dan "News". Tab "following" menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, sedangkan tab "news" menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

m) Fitur *Home page*

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



c. Instagram sebagai media dakwah

Media dakwah yaitu segala sesuatu yang dapat membantu juru dakwah dalam menyampaikan ajaran agama Islam kepada umat manusia. Media dakwah merupakan alat yang digunakan para da'i untuk membantu mengsucceskan proses dakwah mereka.³⁸ media atau instagram yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad'u. Media ini bisa

³⁸ Dara yulia tamara ,*penggunaan instagram sebagai media dakwah*(Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung,2023, h 34.

dimanfaatkan da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik dalam bentuk lisan atau tulisan. Di zaman modern saat ini media sosial dapat memberikan informasi yang sangat update, dan kekinian. Dalam hal ini peneliti menggunakan media sosial Instagram sebagai sumber informasi. Media sosial dapat memberikan informasi secara cepat pada publik dibanding informasi yang tayang di televisi.

Menurut Tracy L Tuten dan Michael R Solomon sebagaimana dikutip oleh Nurul Afifah mengatakan bahwa sosial media adalah sarana untuk berkomunikasi, berkolaborasi, serta penanaman secara daring di antara masyarakat, dan organisasi yang saling terkait dan saling tergantung serta diperkuat oleh kemampuan dan mobilitas teknologi ³⁹

Dengan begitu Instagram sebagai media untuk berdakwah sangat penting, karena dengan berbagai kemudahan dalam mengaksesnya. Instagram dapat dijadikan solusi untuk semua orang dalam mendapatkan informasi keagamaan.

C. Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

1. Pengertian Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam adalah cabang ilmu komunikasi yang fokus pada penyiaran informasi dan pesan-pesan Islam. Ini melibatkan studi tentang bagaimana komunikasi dilakukan dalam konteks Islam, termasuk media penyiaran, penggunaan bahasa, dan nilai-nilai Islam dalam konteks komunikasi. Menurut Wahyuni dan Heryanto, sebagaimana dikutip oleh Aan Hardiana jika ingin menelaah dan mempertajam keilmuan "komunikasi dan Penyiaran Islam" maka perlu kita kupas satu persatu mengenai tiga domain kajian; pertama, konteks

³⁹ Nurul Avifah, *Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram*, (Studi Akun Instagram Indonesia Menuju Aurat) (Jurnal Raushan Fikr Vol.6 No.2, Juli 2017), h. 227

keilmuan "komunikasi" kedua, sub domain komunikasi yakni "penyiaran," serta ketiga, Islam sebagai warna nilai yang menjiwai dan memandunya. Terkait dengan objek kajian, dunia ilmu komunikasi memiliki realitas objek yang agak luas sehingga tidak cukup mudah ditentukan batasannya. Walaupun demikian hingga saat ini jika berbicara mengenai komunikasi setidaknya terdapat lima elemen yang akan dikaji, pertama adalah mengenai proses komunikasi dengan lima elemen yang menjadi struktur dasarnya (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek). Untuk membahasnya setidaknya terdapat tujuh tradisi dalam mendefinisikan komunikasi. Mulai dari tradisi retorika, sociol-cultural, sosio-psikologis, fenomenologis, semiotika, kritis, dan sibernetika.⁴⁰

2. Urgensi Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Komunikasi adalah salah satu elemen yang sangat penting dalam menyampaikan maksud, ide dan gagasan kepada orang lain. Berbagai persoalan akan menjadi clear ketika bangunan komunikasi itu dapat dijalankan dengan apik dan efektif. Sebaliknya jika persoalan komunikasi ini menjadi terhambat maka sangat mungkin terjadi *miss understanding* yang dapat memicu berbagai ketegangan, baik dalam persoalan pribadi, keluarga, sosial, politik, ekonomi dan budaya.

Ilmu komunikasi merupakan hal penting yang harus di pelajari agar dapat menyikapi berbagai persoalan yang terjadi. Sedangkan penyiaran adalah hal yang sangat terkait dengan media komunikasi atau media massa. Hal ini pun tak kalah pentingnya dengan komunikasi itu sendiri. Karena segala bentuk komunikasi dan

⁴⁰ Aan herdiana, *paradigma keilmuan kpi dalam prespektif dakwah*, (komunika : Jurnal Ilmiah pascasarjana komunikasi dan penyiaran Islam, Vol. 10 No. 2., 2016) h. 312.

penyiaran itu sangat dipengaruhi bagaimana ia dikemas dan disajikan dalam bentuk informasi yang dapat diakses oleh masyarakat luas.

Begitu pentingnya peran media massa dalam menyampaikan komunikasi dan penyiaran, sehingga perlu adanya sinergi antara pola komunikasi yang efektif dengan kecanggihan media massa dan teknologi informasi saat ini. Ketika terjadi ketidaksinkronan antara keduanya maka sudah pasti akan terjadi *disharmoni* yang akan menyebabkan suatu komunikasi dan penyiaran itu sendiri tidak akan pernah efektif. Khususnya ketika kita berbicara tentang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam, yang memiliki misi dan tujuan untuk melakukan reorientasi terhadap transformasi nilai-nilai keIslaman di tengah-tengah kehidupan sosial, tentu banyak sekali tantangan dan hambatan yang dihadapi. Maka hal itu harus kita urai dan pelajari untuk mendapatkan berbagai solusi yang ideal sebagaimana yang kita inginkan.⁴¹

3. Peran Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam di era digital

Memasuki era digital, kita menyaksikan bagaimana media memiliki kekuatan dominan dalam memengaruhi setiap dimensi kehidupan manusia. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media di era maya (cyber) seakan muncul kembali ke dalam sistem komunikasi purbakala dan memosisikan penerima (komunikan) sebagai pihak aktif. Saat ini banyak sekali situs bermunculan baik yang bersifat positif maupun negatif. Untuk situs yang sifatnya positif dan bermanfaat atau menguntungkan, tidak menjadi masalah

⁴¹ Abdul karim *Paradigma baru komunikasi dan penyiaran Islam*, (AT-TABSYIR: Jurnal komunikasi penyiaran Islam, Vol. 2 No. 2. 2014) h. 173-174.

apabila publik mengaksesnya. Namun apabila ada situs yang sifatnya negatif dan menimbulkan efek buruk bagi publik, maka perlu sekali mendapat perhatian serius agar tidak mempengaruhi generasi penerus bangsa. Hal ini memang tidak dapat dibendung dalam komunikasi sosial di dunia maya, namun hal ini dapat dicegah dengan memberikan pendidikan sejak dini mengenai etika dalam menggunakan internet yang baik dan benar terutama dari kalangan keluarga dan sekolah.⁴²

Media baru digital terutama komputer dan telepon genggam yang terkoneksi dengan Internet merupakan salah satu contoh hasil kemajuan teknologi komunikasi modern yang dapat dijadikan sebagai media penyiaran agama Islam. Peranan media ini sebagai media penyiaran agama Islam dewasa ini dipandang sangat penting sejalan dengan semakin banyaknya peminat jenis media tersebut. Peran Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam di era digital perlu diperhitungkan dengan berbagai alasan.

Di antaranya, pertama, mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau; Kedua, pengguna jasa Internet setiap tahunnya meningkat drastic Ketiga, para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah via Internet bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i; Keempat, dakwah melalui Internet sudah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Berbagai situs dapat dipilih materi dakwah yang disukai; Kelima, cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah via Internet bisa menjangkau segmen yang luas; Keenam, pembelajaran ilmu akan berlangsung efektif ketika disosialisasikan

⁴² Andi Faisal Bakti *Trendsetter komunikasi di era digital*, (Jurnal komunikasi Islam, Vol. 4 No.1. 2014) h. 35

secara informal; Ketujuh, hal yang dipelajari dari orang/tokoh yang kita kagumi/sayangi akan lebih mudah diserap dibandingkan dengan pembelajaran konvensional di kelas; adanya kecenderungan ketika seseorang merasa santai/relaxed (berada di kafe atau di rumah), Kedelapan, akan lebih mudah baginya untuk menyerap ilmu pengetahuan dibandingkan dalam keadaan tegang atau berada dalam situasi formal; Hal yang dipelajari dari orang/tokoh yang kita kagumi/sayangi akan lebih mudah diserap dibandingkan dengan pembelajaran konvensional di kelas; Kesembilan, adanya kecenderungan ketika seseorang merasa santai/relaxed (berada di kafe atau di rumah); dan kesepuluh, akan lebih mudah baginya untuk menyerap ilmu pengetahuan dibandingkan dalam keadaan tegang atau berada dalam situasi formal. Kehadiran media baru digital ini begitu menunjang kegiatan berdakwah melalui berbagai fasilitas yang diberikan oleh tiap jaringan sosial maya⁴³

⁴³ Andi Faisal Bakti *Trendsetter komunikasi di era digital*, (Jurnal komunikasi Islam, Vol. 4 No.1. 2014) h. 36

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain penelitian

1. penelitian deskriptif

Penelitian deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena atau kejadian tanpa melakukan manipulasi variabel. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan gambaran yang detail tentang karakteristik, sifat dan suatu keadaan suatu objek atau populasi. Metode yang umum dalam penelitian deskriptif melibatkan observasi, survei, atau analisis data sekunder. Fungsi analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data yang telah diperoleh, gambaran ini bisa menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang telah diperoleh.⁴⁴

2. Pendekatan penelitian kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah sering digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu social, termasuk juga ilmu pendidikan. Sejumlah alasan juga dikemukakan yang intinya bahwa penelitian kualitatif memperkaya hasil penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena social dan

⁴⁴Jalaludin rahmat, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005) cet. 1. h. 22

masalah manusia. Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami.⁴⁵

B. Lokasi, Objek dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui sebuah perangkat seluler, penulis menggunakan sebuah media aplikasi instagram. Dimana pada aplikasi instagram ini penulis melakukan pengamatan pada postingan instagram akun @adihidayatofficial serta melakukan wawancara kepada followers akun beliau.

2. Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan khusus pada akun Resmi @adihidayatofficial.

3. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 3 bulan setelah terbitnya surat izin penelitian.

C. Jenis dan sifat penelitian

Dalam skripsi ini, jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kualitatif (*Library research*). Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2005: 60) penelitian kualitatif adalah menjabarkan serta menganalisa baik fenomena, kejadian, kegiatan sosial, sikap kepercayaan, pandangan, serta pemikiran orang baik secara individu maupun kelompok.

⁴⁵Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada, 2009) cet, 1. h. 11

1. Sifat penelitian

Penelitian ini Jika ditinjau dari segi sifatnya, bersifat deskriptif dan lebih fokus pada pemahaman mendalam tentang suatu fenomena dengan tujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran atau merumuskan masalah sesuai dengan keadaan atau fakta yang ada.

D. Fokus Dan Sub Fokus Penelitian

1. Fokus penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka Penelitian ini akan difokuskan pada pola strategi dakwah pada akun @adihidayatofficial yang objek utamanya merupakan akun instagram @adihidayatofficial.

2. Sub fokus penelitian

Sub fokus dalam penelitian ini melihat pola strategi dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat di media sosial instagram @adihidayatofficial. Serta pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat prespektif ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.

E. Data dan sumber data

Dalam penelitian kepustakaan (*Library Research*) sumber data dalam penelitian merupakan subjek yang dapat memperoleh data. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungan langsung dengan objek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personal yang diteliti dan dapat pula di lapangan.⁴⁶ Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa observasi konten. Dalam hal ini sumber data primer yang digunakan dalam penelitian adalah akun instagram @adihidayatofficial

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian di sumber-sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada,⁴⁷ atau baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Data. Sekunder dalam penelitian ini adalah segala jenis data yang berhubungan dengan masalah penelitian baik dari, buku, jurnal, internet, dan lainnya.

F. Teknik pengumpulan data

Adapun dalam pengumpulan data digunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data online ialah data yang didapat melalui penelusuran internet melalui serching dengan menggunakan jaringan internet untuk mengakses alamat situs-

⁴⁶ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: RajawaliPress, 2017)h. 175.

⁴⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004) h. 19

situs tertentu, mengakses e-book atau e-journal dan sebagainya, data online didapat dengan cara mengunduh atau mengambil berita berupa tulisan yang sesuai dengan penelitian, kemudian disimpan. Dalam hal ini diketahui bahwa download merupakan bagian dari data online berupa foto dan vidio dalam akun@adihidayatofficial

2. Observasi adalah metode atau cara-cara dalam menganalisis secara terstruktur mengenai kebiasaan atau tingkah laku dengan melihat dan mengamati obyek secara langsung. Observasi dipakai untuk memahami persoalan-persoalan yang ada disekitar pelaku dan narasumber. Observasi dapat dilakukan di perpustakaan, atau dimanapun peneliti memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian baik melalui buku-buku atau visual yang lain.⁴⁸

Dapat dipahami bahwa observasi dari penelitian ini ialah salah satu metode pengumpulan data. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara visual. Dengan begitu peneliti melakukan observasi melalui pengamatan data online terhadap unggahan foto-foto dan vidio akun Instagram @adihidayatofficial dengan melihat komentar yang ada dalam setiap unggahan.

3. Teknik Dokumenter disebut juga teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen seperti informasi yang didokumentasikan berupa dokumentasi tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis berupa arsip, catatan harian, majalah, autobiografi dan sebagainya. Dalam hal ini buku ilmu dakwah menjadi salah satu buku pendukung

⁴⁸ Putri anggraita bantari yulian, *pesan dakwah di media sosial instagram @hawaariyyun* (Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung,2023. h 12.

dalam penelitian ini serta foto-foto dan video dari akun instagram@adihidayatofficial

4. Wawancara sebagai proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dimana kedua pihak yang terlibat memiliki hak yang sama dalam bertanya dan menjawab, dimana arah pembicaraan mengaju kepada tujuan yang telah ditetapkan. Dengan melakukan wawancara secara struktur dengan para responden dan informan dengan dibantu alat- alat tulis dan alat rekaman (audio HP). Agar wawancara terarah, terfokus dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka kegiatan wawancara disertai dengan pedoman wawancara yang sudah disiapkan.

Tujuan peneliti mengimplementasikan pendekatan wawancara ini ialah agar dapat berdialog dengan pakar dan followers guna menganalisis pola strategi dakwah yang dilakukan melalui prespektif yang terkait.

G. Teknik Data Dan Analisi Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yang datanya berupa deskriptif atau mengangkat permasalahan, menurut bogdan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi dan pengumpulan data sehingga mudah dipahami, dilakukan dengan mengorganisasikan data, menyusun kedalam pola memilih yang mana paling penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat dikriteriakan orang lain.

Semua data telah terkumpul melalui pengumpulan data dan selanjutnya adalah menganalisa data tersebut. Analisa data adalah proses mencari dan menganalisa data secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi,wawancara

dan dokumentasi. Selanjutnya mengklasifikasikan data dari unggahan di akun instagram @adihidayatofficial yang dipilih secara random sesuai pada rumusan masalah penelitian. Analisis data kualitatif bersifat induktif, maksudnya yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh.

Dalam mengikuti kerangka analisis kualitatif, proses analisis data dibagi menjadi tiga tahapan utama yang dimana hal tersebut dikembangkan oleh miles dan huberman, diantaranya yaitu redaksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan dan verifikasi data.⁴⁹

1. Reduksi data

Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis lapangan. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasi dengan berbagai cara seperti seleksi, ringkasan, penggolongan dan bahkan kedalam angka-angka.

2. Penyajian data

Merupakan alur kedua dalam kegiatan analisis data untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Informasi ini dapat diberikan dalam bentuk uraian singkat, grafik, atau format lainnya, yang akan membantu peneliti memahami masalah yang terjadi.

⁴⁹ wahda, *analisis strategi komunikasi dakwah pada akun instagram komunitas project dakwah makassar* (Skripsi:Fakultas agama Islam universitas muhammadiyah makassar,2025).
H.30

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian. Verifikasi dimaksudkan agar penelitian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dalam penelitian tersebut lebih tepat dan objektif.

H. Pengujian keabsahan data

Keabsahan data merupakan padanan dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi penelitian kualitatif dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan dan pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu⁵⁰

1. *Kredibilitas*

Kredibilitas adalah kriteria untuk memenuhi nilai kebenaran dari sebuah data dan informasi yang telah dikumpulkan. Penelitian kualitatif dikatakan memiliki tingkat *kredibilitas* yang tinggi apabila sebuah temuan mampu mencapai tujuannya dalam mengeksplorasi masalah atau mendeskripsikan *setting*, proses kelompok sosial atau pola interaksi yang menjemuk.

⁵⁰ Dewi Fitriani dan Pina Melati, "Keabsahan data penelitian kualitatif". Makalah, (Batu Bara: Sekolah Tinggi Ilmu Terbiyah Batu Bara Sumatra Utara 2023) h. 3.

2. *Transferability*

Transferability adalah sebuah kemampuan dari hasil penelitian untuk dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi yang lain. Oleh sebab itu uji *Transferability* adalah sebuah tet keabsahan data yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hasil penelitian dalam situasi dan tempat yang lain. Oleh karena itu, agar orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif peneliti, maka dalam membuat laporannya, peneliti harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.

3. *Dependability*

Dependability atau *Reliabilitas* adalah suatu penelitian apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut uji ini dilakukan karena banyaknya peluang seorang peneliti mempunyai data tanpa turun ke lapangan secara langsung, maka penelitian ini tidak reliable atau dependable. Penelitian ini uji *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian dengan pembimbing untuk dapat menerangkan seluruh kegiatan data sampai analisisnya dan pengambilan keputusan.

4. *Confirmability*

Pengujian *confirmability* disebut juga dengan uji objektivitas penelitian. Penelitian ini dapat dikatakan objektif bila hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Penelitian kualitatif, uji *confirmability* mirip dengan uji *dependability*, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan

dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.⁵¹



⁵¹ Sugiono, *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D* (Cet.27;bandung :alfabeta,2022) h.276

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah singkat Ustadz Adi Hidayat

1. Profil Ustadz Adi Hidayat



Gambar 4.1

Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA.

Dalam akun instagram @adihidayatofficial⁵²

Ustadz Adi Hidayat dikenal sebagai salah satu ustadz yang paling populer di kalangan netizen muslim. Diketahui popularitas beliau sekarang sedang menunjak sebagai seorang pendakwah. Video-video ceramahnya banyak ditonton oleh jutaan kaum muslim di Indonesia. Ustad Adi Hidayat, Lc. MA sendiri lahir pada tanggal 11 September 1984 di Pandeglang, Banten. Ayahnya yang bernama

⁵² Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 29 mei 2024.

Warso Supenadan serta Ibunya yang bernama Hj. Rafiah Akhyar⁵³ Ustadz Adi Hidayat sendiri memiliki 4 saudara kandung dan memiliki Istri bernama Shufairok mereka telah dikaruniai lima orang anak yang bernama Muhammad Hamilul Qurani, Amelia Habibatul Musthofa, Muhammad Abdullah Amali, Rabi'ati Khairatun Hisan, dan Amira Rafi'ati Muslimah. Masa kecil beliau menempuh pendidikan formalnya di taman kanak-kanak (TK) Pertiwi pandeglang, banten. Pada tahun 1989, Ia lulus dengan menyandang predikat sebagai siswa terbaik saat itu, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar, tepatnya di SDN Karaton 3 pandeglang hingga kelas 3 SD. Dan pada kelas 4 SD beliau pindah ke SDN 3 pandeglang.

Menariknya, dari kedua sekolah tersebut, Ustadz Adi Hidayat sama-sama menyandang sebagai siswa terbaik dengan nilai yang memuaskan. Maka, tidak mengherankan apabila kemudian ia dimasukan ke kelas unggulan dalam himpunan siswa terbaik di kabupaten pandeglang tingkat sekolah dasar ketika itu.⁵⁴ Ustadz Adi Hidayat tidak hanya mengenyam pendidikan di sekolah dasar namun beliau juga bersekolah di madrasah Salafiyyah Sanusiyyah pandeglang ketika Sore hari. hal tersebut dilakukan untuk mengisi waktu luangnya sepulang sekolah. Di Madrasah tersebut potensi Ustadz Adi Hidayat semakin terasah. Ia sangat aktif mengikuti kegiatan muhadarrat atau latihan ceramah. Bahkan, dalam kemampuannya berceramah, ia dikatakan sangat mahir dibandingkan teman-

⁵³ Efri dewi fajriyah, pesan dakwah virtual Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Pada generasi melenial melalui instagram, (Skripsi: Fakultas Ushuluddin adab dan dakwah iain bengkulu, 2021), h. 62.

⁵⁴ Rusydie anwar, Ustadz Adi Hidayat kisah hidup dakwah yang fenomenal, (Cet. 1; yogyakarta: Laksana, 2021) h. 14

temannya yang lain. Sehingga ia pun kerap ditunjuk untuk tampil sebagai penceramah dalam acara-acara tertentu.

Setelah menyelesaikan jenjang sekolah dasar Ustadz Adi Hidayat kemudian melanjutkan pendidikan di pondok pesantren Darul Arqam Muhammadiyah garut, Jawa Barat pada tahun 1997. Di pesantren, Beliau menempuh pendidikan Madrasah Tsanawiyah (MTS) Dan Madrasah Aliyah (MA). Di pondok pesantren tersebut beliau banyak memperoleh bekal ilmu agama secara lebih mendalam serta ilmu pengetahuan lainnya. Guru utama beliau, Buya KH. Miskun As-Syatibi ialah orang yang paling berpengaruh dalam menghadirkan kecintaan beliau terhadap Al-quran dan pendalaman pengetahuan. Selama masa pendidikan ini beliau telah meraih banyak penghargaan baik di tingkat pondok, kabupaten garut, bahkan provinsi jawa barat, khususnya dalam hal Syarh Al-quran. Di tingkat kelas 11 Aliyah bahkan pernah menjadi utusan termuda dalam program daurah Tadribiyyah dari Universitas Islam Madinah di ponpes taruna Al-quran Yogyakarta. Beliau juga sering kali dilibatkan oleh pamannya KH. Rafiuddin Akhyar, pendiri dewan dakwah Islam indonesia di banten, untuk terlibat dalam misi dakwah di wilayah banten.⁵⁵ .

Beliau lulus dengan predikat santri teladan dalam 2 bidang sekaligus (agama dan umum) serta di daulat menyampaikan makalah ilmiah “ konsep ESQ dalam Al-quran “ dihadapan tokoh pendidikan M. Yunan Yusuf. Pada Tahun 2003 beliau mendapatkan undangan PMDK dari Fakultas Dirasat Islamiyyah (FDI) UIN Syarif Hidayatullah jakarta yang bekerja sama dengan universitas. Al-

⁵⁵ Ust. Adi Hidayat, Lc., umat bertanya Ust. Adi Hidayat menjawab, (Cet. 1; Yogyakarta: Hikam pustaka, 2019) h. 6

azhar kairo hingga diterima dan mendapatkan gelar mahasiswa terbaik dalam program ospek. Tahun 2005, beliau mendapat undangan khusus untuk melanjutkan studi di kuliyya dakwah Islamiyyah libya yang kemudian diterima, walaupun mesti meninggalkan program FDI dengan raihan IPK 3.98. Di Lembaga pendidikannya yang baru inilah, Ustadz Adi Hidayat semakin intensif mempelajari keilmuan Islam, ia banyak mempelajari ilmu al-quran, hadis, fiqhi, ushul fiqhi, tarikh (sejarah), lughah, dan lainnya. Bahkan karena kecintaannya terhadap al-quran, ia pun mengambil jurusan *Luqah arabiyah wa adabuha*, yang memegang fokus mempelajari seluk beluk bahasa arab dan aturan-aturan di dalamnya secara terperinci.⁵⁶

Selain pada pendidikan formal, Ustadz Adi Hidayat juga bertalaqqi kepada masyayikh bersanad baik di Libya dan Negara-negara yang pernah beliau kunjungi. Ustadz Adi Hidayat belajar al-Qur'an pada Syaikh Dukkali Muhammad al-'Alim (muqri internasional), Syaikh Ali al-Libiy (Imam Libya untuk Eropa), Syaikh Ali Ahmar Nigeria (riwayat warsy), Syaikh Ali Tanzania (riwayat ad-Duri). Ustadz Adi juga belajar ilmu tajwid pada Syaikh Usamah (Libya). Guru Tafsir Ustadz Adi Hidayat ialah syaikh Tanthawi Jauhari (Grand Syaikh al-Azhar) dan Dr. Bajiqni (Libya), untuk Ilmu Hadits Ustadz Adi belajar pada Dr. Shiddiq Basyr Nashr (Libya). Untuk Ilmu Fiqh dan ushul Fiqh, Ustadz Adi berguru kepada Syaikh ar-Rabithi (mufti Libya) dan Syaikh Wahbah az-Zuhaili (Ulama Syiria). Ustadz Adi Hidayat juga mendalami ilmu lughah dari syaikh Abdul Lathif as-Syuwairif (Pakar bahasa Dunia, anggota majma' al-lughah), Dr. Muhammad

⁵⁶ Rusydie anwar, Ustadz Adi Hidayat kisah hidup dakwah yang fenomenal, (Cet. 1; yogyakarta: Laksana, 2021) h. 16

Djibran (Pakar Bahasa dan Sastra), Dr. Abdullâh Ustha (Pakar Nahwu dan Sharaf), Dr. Budairi al-Azhari (Pakar ilmu Arudh), juga masyayikh lainnya. Ilmu tarikh Ustadz Adi Belajar dari Ust. Ammar al-Liibiy (Sejarawan Libya).⁵⁷

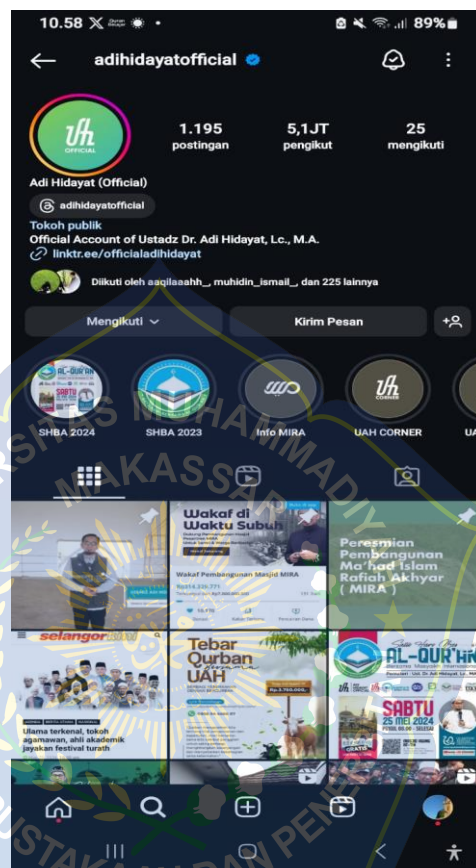
Selama menempuh pendidikan di Libya, Ustadz Adi Hidayat juga aktif di kegiatan masjid. Pada tahun 2009, ia diangkat menjadi ketua dewan khatib Ustadz Adi Hidayat memiliki wewenang untuk menentukan para khatib dan pengisi ceramah di Masjid Dakwa Islamiyyah, Tripoli Libya, Selain itu, Ustadz Adi Hidayat juga aktif mengikuti acara dialog internasional dengan para pakar lintas agama dunia, mengisi berbagai seminar, dan acara tsaqafah Islamiyyah atau kebudayaan Islam di channel at-tawashul TV Libya. Ustadz Adi Hidayat sangat mahir tatkala menjelaskan sebuah hadits dengan menyebutkan kitab, letak, dan halamannya. Pada tahun 2011, ia pulang ke Tanah Air, dengan membawa gelar akademik LC, dan menjadi pengasuh Ponpes al-Qur'an al-Hikmah Lebak Bulus, Jakarta Selatan.

Dua tahun kemudian, ia pindah ke Bekasi dan mendirikan Quantum Akhyar Institute, yayasan yang bergerak di bidang studi Islam dan pengembangan dakwah. Selama di Indonesia, ia juga meneruskan pendidikan S2-nya di UIN Bandung dan meraih gelar MA. Kini ia dikenal dengan sebutan Ustadz Adi Hidayat Lc. MA. Pada November 2016, ia bersama dua sahabatnya Heru Sukari dan Roy Winarto mendirikan Akhyar TV sebagai media dakwah. Program-program ceramahnya diunggah (upload) ke channel YouTube dan mendapatkan respon luar biasa dari banyak penonton. Dari sanalah umat Islam

⁵⁷ <https://kumparan.com/islami-store/profil-biografi-dan-prestasi-ustadz-adi-hidayat-lc-yang-luar-biasa/full>, diakses pada 30 mei 2024

mulai mengenalnya, Materi-materi ceramah beliau pun menyebar ke platform media sosial salah satunya instagram.

1. Deskripsi gambaran Akun Instagram Ustadz Adi Hidayat



Gambar 4.2

Gambar Beranda Akun instagram Ustadz Adi Hidayat

Dalam akun instagram @adihidayatofficial⁵⁸

Ustadz Adi Hidayat pertama kali membuat instagram pada tanggal 16 oktober 2016 Nama pengguna yang beliau gunakan dalam akunnya ialah @adihidayatofficial, namun sebelum diganti @adihidayatofficial beliau menggunakan nama pengguna @ustadzadihidayat dan sekarang beliau masih

⁵⁸ Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 30 mei 2024.

tetap menggunakan nama pengguna @adihidayatofficial di media sosial instagramnya akun ini, mulai terverifikasi pada bulan Agustus 2019⁵⁹

Saat ini akun instagram Ustadz Adi Hidayat memiliki kurang lebih dari 5,2 juta pengikut dengan total 1.216 unggahan, di profil akun instagramnya beliau mengunggah foto dan video. Bukan hanya itu beliau juga sering melakukan siaran langsung dan membagikan aktivitas dakwah di instastory.

2. Penyajian hasil Penelitian

1. Pola Strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram

Pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram memberikan dunia dakwah menjadi semakin berwarna karena memadukan Ayat-ayat Allah SWT dan juga hadis nabi Saw dalam penyampaian ajaran agama Islam dengan tujuan memberikan pemahaman dan pembimbingan kepada masyarakat agar masyarakat berbuat kebaikan semampunya. Dengan pesan yang di sampaikan melalui instagram. Penulis akan coba menjabarkan tiga strategi dakwah tersebut :

1. Strategi Sentimentil

Strategi Sentimentil yaitu dakwah yang memfokuskan pada aspek hati, menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi nasihat dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini. ⁶⁰ strategi ini dapat diaplikasikan melalui media sosial instagram

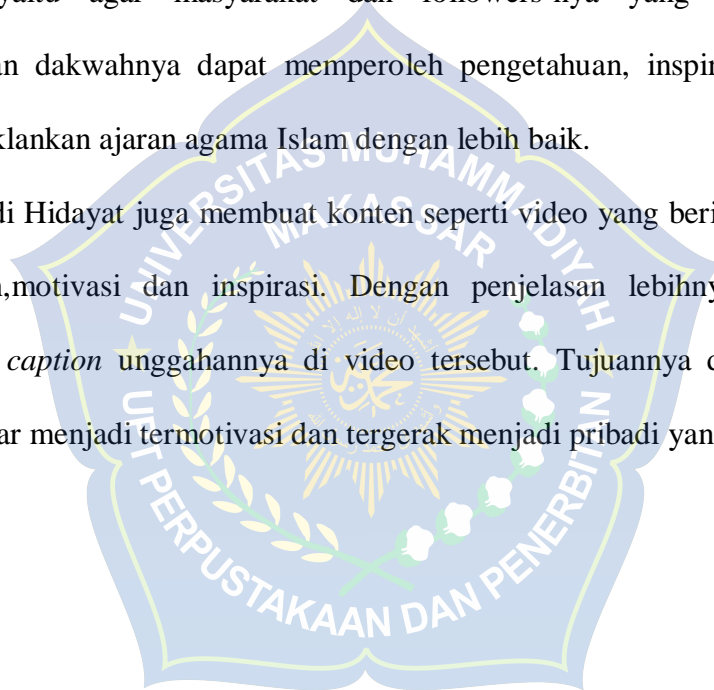
⁵⁹ <https://www.instagram.com/adihidayatofficial/?igshid=1xrw7abiuykli>. Observasi pada akun Instagram @adihidayatofficial, pada Jumat 31 Mei 2024

⁶⁰ Abdul Aziz (2022). *Gambaran strategi dakwah komunitas pada dewasa awal di komunitas terang jakarta*. Dakwah: Jurnal kajian dakwah dan kemasyarakatan 26 (1), h.40.

baik melalui ceramah-ceramah atau konten dakwah yang di unggah dengan menggunakan fitur-fitur yang yang tersedia di instagram.

Fitur-fitur instagram video banyak digunakan oleh para pendakwah yang aktif berdakwah di instagram ataupun sosial media lainnya. Ustadz Adi Hidayat memilih instagram sebagai salah satu tempat beliau berdakwah karena instagram menjangkau banyak masyarakat luas baik dari kalangan Remaja maupun dewasa. Tujuannya yaitu agar masyarakat dan followers-nya yang melihat dan mendengarkan dakwahnya dapat memperoleh pengetahuan, inspirasi, motivasi untuk menjaklankan ajaran agama Islam dengan lebih baik.

Ustadz Adi Hidayat juga membuat konten seperti video yang berisikan tentang pembelajaran, motivasi dan inspirasi. Dengan penjelasan lebihnya yang ia sematkan di *caption* unggahannya di video tersebut. Tujuannya dibuat konten seperti itu agar menjadi termotivasi dan tergerak menjadi pribadi yang lebih baik.



Tabel 4.1 Strategi sentimentil

	
<p>Unggahan : 19 april 2024</p> <p>Di tonton : 2.444.814 kali</p> <p>Komentar : 782</p>	<p>Keterangan :Beberapa konten-konten berkonsep edukatif, informatif, inspirasional, dan interaktif. Di buat foto, video dan Reals dengan penjelasan lebihnya ia sematkan di <i>Caption</i> unggahan tersebut.</p>

Sumber : Akun Instagram @adihidayatofficial⁶¹

2. Strategi rasional

Strategi rasional Merupakan dakwah dengan beberapa metode yang mengfokuskan pada aspek akal fikiran, strategi ini mendorong pada mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. ⁶² Ustadz Adi Hidayat sering mengunggah postingan dan kemudian di *repost* kembali ke *ig Story* dengan tujuan untuk mengajak para pengikutnya membaca *caption* dari postingan tersebut. Ustadz Adi Hidayat juga sering Mengangkat isu-isu terkini

⁶¹ <https://www.instagram.com/adihidayatofficial?igsh=MTNocDBrZTc1c2M1YQ==> / Diakses pada 11 agustus pukul 12.32 WITA

⁶² Abdul Aziz (2022). *Gambaran strategi dakwah komunitas pada dewasa awal.di komunitas terang jakarta*. Dakwah: Jurnal kajian dakwah dan kemasyarakatan 26 (1), h.41

sebagai tema dakwah-nya. Hal ini agar para *mad'u* yang menyaksikan dan membacanya dapat berpikir apa yang terkandung dalam isi dan *caption* konten tersebut sehingga bisa di pahami dan juga di renungkan.

Tabel 4.2 Strategi rasional

	
<p>Unggahan : 13 juni 2024</p> <p>Keterangan : video reels yang berisikan tentang hikmah kematian untuk kita yang masih hidup</p>	<p>Unggahan : 9 juli 2024</p> <p>Keterangan : video reels yang berisikan tentang momentum untuk mengawali tahun baru sebagai perenungan mendalam.</p>
	
<p>Unggahan : 31 juli 2024</p> <p>Keterangan : video reels yang berisikan tentang mengingatkan bahaya istidraj di era modern.</p>	<p>Unggahan : 15 agustus</p> <p>Keterangan : video reels yang berisikan tentang mengingatkan pentingnya hijab terkait kasus jilbab</p>

Sumber : Akun Instagram @adihidayatofficial⁶³

⁶³ <https://www.instagram.com/adihidayatofficial?igsh=MTNocDBrZTc1c2M1YQ==> / Diakses pada 15 agustus pukul 22.42 WITA


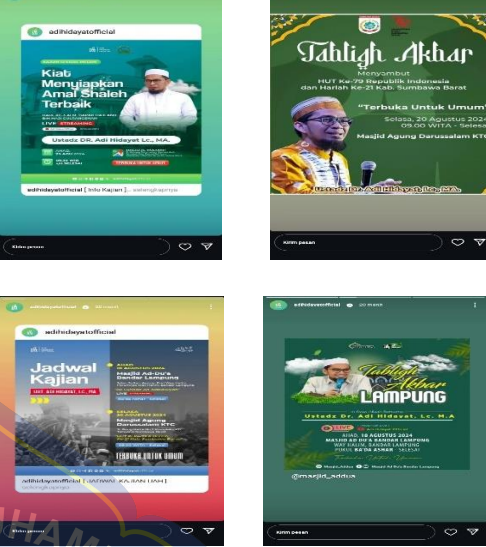
3. Strategi indrawi

Strategi indrawi dapat dinamakan sebagai strategi eksperimen atau ilmiah yaitu dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil peneliatian serta percobaan. Di antara materi yang di himpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, dan keteladanan.⁶⁴ Strategi ini memenuhi berbagai kebutuhan audiens seperti kebutuhan kognitif atau ingin tahu tentang islam secara ilmiah Dengan begitu tujuan untuk memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan menyentuh hati audiens, lebih mudah diterima.

Strategi indrawi yang di lakukan oleh Ustadz Adi Hidayat pada instagram beliau yaitu dengan melakukan siaran langsung serta mengunggah video, dan gambar. baik dalam kegiatan seminar *online* ataupun *offline* di berbagai tempat. Ustadz Adi Hidayat mengunggah kegiatan tersebut lewat fitur instagram *feed* dan instagram *story* dengan tujuan agar orang yang melihat dapat tertarik untuk mendengarkan dakwah yang beliau sampaikan.

⁶⁴ Abdul Aziz (2022). *Gambaran strategi dakwah komunitas pada dewasa awal.di komunitas terang jakarta*. Dakwah: Jurnal kajian dakwah dan kemasyarakatan 26 (1), h.41

Tabel 4.3 Strategi indrawi

	
<p>Unggahan : 18 agustus 2024</p> <p>Keterangan: siaran langsung dan instagram <i>story</i> ketika mengisi ceramah dengan tema praktik keseharian nabi Muhammad Saw.</p>	<p>Keterangan : instagram <i>story</i> dan instagram <i>feed</i> Ustadz Adi Hidayat ketika akan melakukan dakwah.</p>

Sumber : Akun Instagram @adihidayatofficial⁶⁵

2. Pola Strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram prespektif ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instragram prespektif ilmu komunikasi dan penyiaran Islam hal ini dapat di lihat dari berbagi konteks komunikasi, ataupun followers dari

⁶⁵ ⁶⁵ <https://www.instagram.com/adihidayatofficial?igsh=MTNocDBrZTc1c2M1YQ==> / Diakses pada 27 agustus pukul 23.52 WITA

akun instagram @adihidayatofficial melalui metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara serta dokumentasi.

Strategi merupakan suatu proses untuk melakukan perumusan dan penentuan rencana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Agar kegiatan tersebut dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Dalam hal prespektif ilmu komunikasi dan penyiaran Islam peneliti menganalisis bahwa strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat memiliki keterkaitan yang erat dengan berbagai teori komunikasi, khususnya teori jarum *Hipodermik* yang biasa disebut pula teori peluru. Terutama dalam penyampaian pesan yang singkat, langsung, dan berdampak pada audiens. Sebagai mana yang di ungkapkan oleh Dr.Meisil B.Wulur., S.kom.I., M.Sos.i sebagai salah satu Pakar ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Efektivitas dakwah di Instagram sangat menarik apalagi, instagram banyak di gandungi oleh gen-Z yang membuat aktivitas dakwah akan mudah di terima. Karena dakwah itu bukan sekedar di podium tetapi perlu mengembangkan efektivitas dakwah sehingga lebih menarik dengan cara-cara yang menarik juga. Khususnya, di media sosial, sehingga dakwah akan semakin mudah di terima oleh sasaran kita. Membahas tentang Dakwah Ustadz Adi Hidayat Saya sangat mengenal sosok Beliau, yang mana nilai ketertarikan masyarakat kepada beliau yaitu berkaitan dengan citra diri yang mana kata-kata, kalimat, intonasinya sangat kuat karakternya. adapun dari *personal branding* yang mana dari segi pakaian beliau sangat konsisten atau membuat ciri khas. Sebagaimana, branding beliau sebagai seorang penghafal al-qur'an baik dari halaman, sudut kanan dan sudut kiri itu menjadi nilai plus yang sangat menarik. Beliau juga sangat reponsif dan komunikatif sehingga ketika ada pertanyaan beliau menjawab sangat detail bahkan langsung *action* misalkan mau minta umroh langsung di berangkatkan dan masih banyak lagi. Adapun dari segi Retorika dalam menyampaikan dakwah beliau sangat menarik sehingga banyak sekali orang-orang yang menyukai

dakwah beliau dan ini di buktikan dengan jumlah like dari postingan asli akun beliau ataupun akun orang-orang yang menjadikan videonya sebagai konten. Yang mana dari konten-konten dakwah beliau ini menjadikan Strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat sejalan dengan teori ilmu komunikasi, hampir semua teori yang di sandingkan dengan dakwah Ustadz Adi Hidayat masuk dengan teori komunikasi. baik dilihat dari *creativity and education* kebutuhan dan kepuasan audiens yang menonton itu juga sangat baik. Apalagi jika di lihat dari *Hipodermik* atau teori jarum suntik audiens pun ikut terpengaruh ketika melihat tayangan Ustadz Adi Hidayat baik itu perubahan sikap ataupun perilaku. Walaupun sebenarnya hal ini perlu di teliti lagi apakah perubahan itu hanya sementara atau seterusnya.⁶⁶

Demikian pula usaha Ustadz Adi Hidayat dalam menyebarkan dakwah melalui instagram. Sebagai mana yang di ungkapkan oleh Chairunisa sebagai salah satu followers Ustadz Adi Hidayat di instagram.

Ketertarikan saya mengikuti akun instagram @adihidayatofficial bermula dari sering munculnya video pendek ceramah beliau di sosial media yang mana penyampaian dakwah beliau sangat mudah untuk dipahami dalam membahas masalah-masalah yang sering terjadi di kehidupan sehari-hari. Saya sering mendengarkan ceramah beliau di instagram karena saya sendiri lebih sering berada di instagram dari pada akun media sosial lainnya. adapun fitur instagram yang paling saya tunggu dari postingan beliau yaitu fitur reels karena saya merasa fitur ini lebih detail dalam menyampaikan pesan kepada followers beliau. baik berisi dakwah ataupun kegiatan olahraga, yang mana hal ini dapat menjadi motivasi dalam kehidupan sehari-hari. Adapun interaksi Ustadz Adi Hidayat dengan para followersnya terkadang menggunakan fitur instagram seperti sesi stories dan komentar, yang mana hal ini bisa memperkuat hubungan antara Ustadz Adi Hidayat dan Followersnya. Adapun strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu menjadikan al-qur'an dan hadis sebagai pegangan utama maksudnya yaitu membahas masalah-masalah yang ada dengan menyebutkan atau membacakan ayat al-quran dan hadis sebagai solusi sehingga followers langsung bisa memahami dengan detail tanpa merasa ragu. Hal ini juga dapat menjadikan followers semakin cerdas

⁶⁶ Meisil B.wulur wawancara pada Sabtu ,25 Januari 2025

dalam menanggapi masalah-masalah yang tiba-tiba berkembang di kalangan masyarakat.⁶⁷

Sebagai pengguna media sosial kita harus lebih bijak dalam memilih akun yang kredibel maksudnya yaitu memastikan bahwa akun yang diikuti, dikelola oleh orang atau organisasi yang memiliki kredibilitas dan pemahaman yang baik. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Syafitri Nur Rahma sebagai followers akun instagram Ustadz Adi Hidayat.

Alasan saya tertarik mengfollow akun instagram @adihidayatofficial yaitu karena beliau merupakan figur yang dapat memberikan dampak baik kepada diri saya sendiri maupun kepada umat. Beliau juga merupakan seorang pendakwah yang sangat familiar yang mana penyampaian dakwahnya sangat mudah untuk dipahami baik dari kalangan orang tua hingga anak muda. Sejauh ini konten instagram Ustadz Adi Hidayat banyak memberikan kontribusi kepada diri saya pribadi dalam memahami ajaran agama Islam. salah satu strategi penyampaian dakwah Ustadz Adi Hidayat di instagram yaitu pesan ringkas dan efisien yang mana kontennya langsung ke inti pesan, serta infografis yang mudah dibaca dan dibagikan. Ustadz Adi Hidayat mampu mengarahkan audiens pada isu-isu atau topik yang ia anggap penting dalam agama. Postingan-postingan instagram yang konsisten mengenai ajaran agama, ibadah, dan motivasi hidup Islami yang mana ini membuat audiens fokus pada hal-hal tersebut.⁶⁸

Dari hasil pembahasan sebelumnya , dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram dapat dikatakan berhasil hal tersebut dapat dilihat dari meningkat-Nya pemahaman dan kesadaran mad'u, bertambahnya jumlah pengikut atau

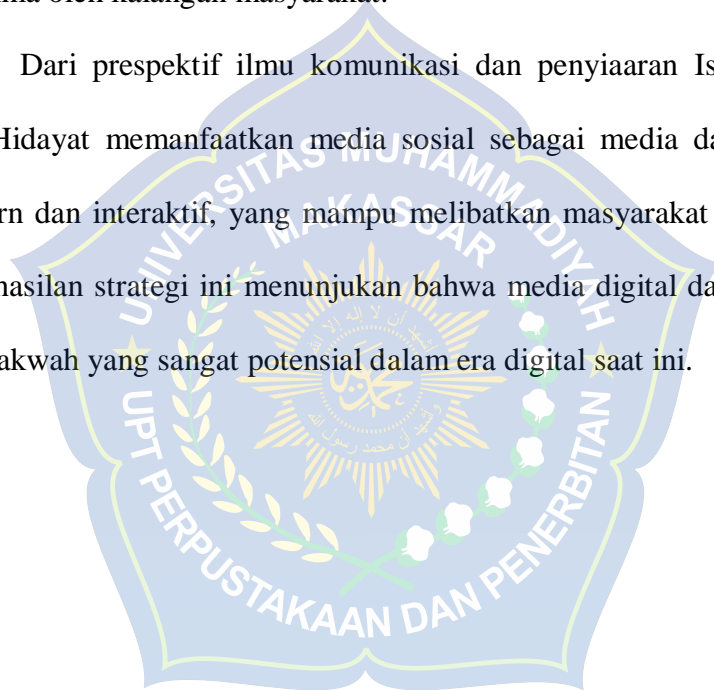
⁶⁷ Chairunisa followers akun instagram @adihidayatofficial, wawancara pada Rabu,27 november 2024

⁶⁸ Syafitri Nur Rahma followers akun instagram @adihidayatofficial, wawancara pada senin,09 Desember 2024

jamaah , penerimaan dan dukungan masyarakat, serta keseimbangan antara metode dan konteks.

Strategi dakwah yang di gunakan oleh Ustadz Adi Hidayat melalui instagram juga terbilang efektif. dengan banyak menggunakan berbagai macam pendekatan baik pendekatan persuasif, komunikatif dan berbasis kebutuhan audiens inilah yang menyebabkan dakwahnya banyak di terima oleh kalangan masyarakat.

Dari prespektif ilmu komunikasi dan penyiaaran Islam Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah yang modern dan interaktif, yang mampu melibatkan masyarakat secara luas. Keberhasilan strategi ini menunjukan bahwa media digital dapat menjadi alat dakwah yang sangat potensial dalam era digital saat ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

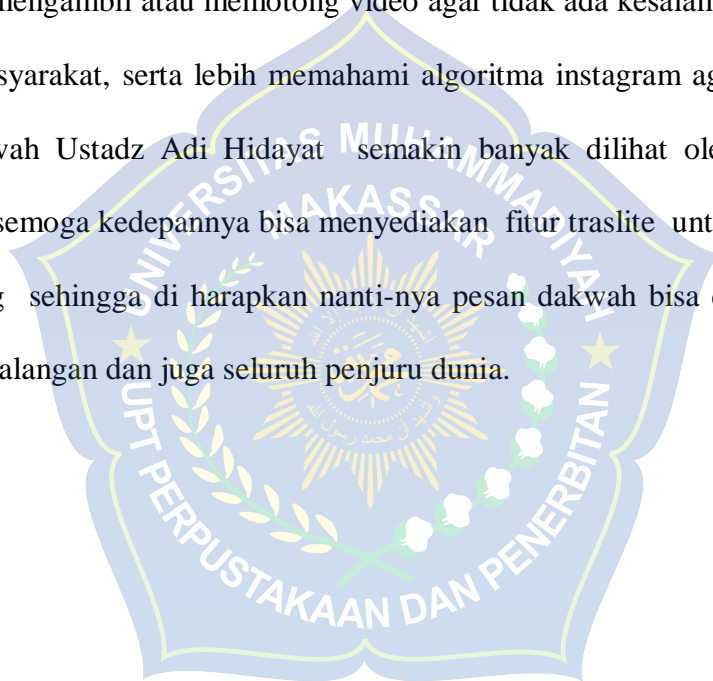
Berdasarkan penelitaian yang telah dilakukan mengenai pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram pespektif ilmu komunikasi dan penyiaran Islam dapat di simpulkan bahwa :

1. Pola Strategi dakwah yang di gunakan oleh ustadz Adi Hidayat melalui instagram meliputi , a. Strategi sentimentil yaitu dakwah yang mengfokuskan pada aspek hati, menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi nasihat dakwah dengan nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan atau memberi pelayanan yang memuaskan. b. Strategi rasional yaitu dakwah dengan mengfokuskanpada aspek akal pikiran, strategi yang mendorong pada mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan dan mengambil pelajaran. c.strategi indrawi mengfokuskan pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian serta percobaan.
2. Adapun pola strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui instagram prespektif ilmu komunikasi dan penyiaran Islam yaitu :a. Strategi dakwah berkaitan dengan teori jarum suntik yaitu bahwa media atau komunikator menyuntikan pesan langsung kedalam pikiran audies seperti jarum suntik. Pesan dianggap memiliki pengaruh langsung, cepat dan kuat terhadap perilaku atau pemikiran audies tanpa banyak penolakan .b.strategi dakwah telah sesuai dengan teori komunikasi

seperti teori komunikasi dua arah dimana pengirim dan penerima saling mempengaruhi dan aktif dalam proses komunikasi.

B. Saran

Di harapkan agar pengelola akun instagram Ustadz Adi Hidayat lebih meningkatkan interaksi dengan followers , adupun untuk para konten kreator yang menjadikan dakwah Ustadz Adi Hidayat sebagai konten, semoga bisa lebih bijak dalam mengambil atau memotong video agar tidak ada kesalah pahaman di kalangan masyarakat, serta lebih memahami algoritma instagram agar nantinya dakwah-dakwah Ustadz Adi Hidayat semakin banyak dilihat oleh kalangan masyarakat, semoga kedepannya bisa menyediakan fitur traslite untuk kalangan muslim asing sehingga di harapkan nanti-nya pesan dakwah bisa didengarkan oleh semua kalangan dan juga seluruh penjuru dunia.



DAFTAR PUSTAKA

- Afivah Nurul ,2017, *Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram*, Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat Jurnal Raushan Fikr Vol.6 No.2,
- Afrizal,2017, *Metode Penelitian Kualitatif*, Depok: RajawaliPress,
- Aksara,
- Anas Ahmad,2016,*Paradigma Dakwah Kontemporer, Aplikasi dan Praktisi Dakwah sebagai Solusi Problematikan Kekinian*,Cet. I; Semarang: Pustaka
- Ancok Djamaludin dan Fuat Nashori Suroso,1994, *Psikologi Islam :solusi Islam atas problema-problema psikologi* ,Yogyakarta: pustaka belajar ,
- Antasari citra,2022,*pemanfaatan fitur instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran kedai babakkeroyokan di palu*, jurnal:jurnal kinersik vol.9 no.2
- Anwar Rusydie,2021, *Ustadz Adi Hidayat kisah hidup dakwah yang fenomenal*, Cet. 1; yogyakarta: Laksana,
- Arafiq , 2020, *dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat*, GLOBAL KOMUNIKA: , Vol. 1 No. 1.
- Asfihan Akbar ,2023, *Instagram Adalah: Sejarah, Fungsi dan Keistimewaan Instagram*, diakses dari <https://adalah.co.id/instagram/>. Pada tanggal 16 desember
- Aziz abd dan santoso Robby Racman, 2020, *Nahi mungkar dalam dakwah*, Jurnal, Vol. 18 No. 2
- Aziz abdul 2022. *Gambaran strategi dakwah komunitas pada dewasa awal.di komunitas terang jakarta*. Dakwah: Jurnal kajian dakwah dan kemasyarakatan
- Aziz iskandar & Mulkan habibi,2023,*Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Di Media Sosial studi akun instagram @husain_hadar*,jurnal kemuhammadiyaan dan integrasi ilmu,Vol.1 No.1,
- Bakti faisal Andi, 2014 ,*Trendsetter komunikasi di era digital*, Jurnal komunikasi Islam, Vol. 4 No.1.
- Cahyono, A. S. *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*

Chairunisa followers akun instagram @adihidayatofficial, wawancara pada Rabu, 27 november 2024

D.I.A Putra, 2021, *Budaya Populis dalam Dakwah Islam*. Jurnal Kajian Islam Vol. 2 No. 1

Dara yulia tamara, 2023, *penggunaan instagram sebagai media dakwah* Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung,

Didik Nasrullah Rahman, 2022 *Strategi komunikasi dakwah ustadz Abdul Somad melalui media sosial Youtube* Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Antasari Banjarmasin

Fajriyah dewi Efri, 2021, *pesan dakwah virtual Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Pada generasi milenial melalui instagram*, Skripsi: Fakultas Ushuluddin adab dan dakwah iain bengkulu

Fauqi hasnan, 2023 *Strategi dakwah akun insatgram @ASADEDULLOH dalam meningkatkan aqidah Followers*. Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Antasari Banjarmasin

Fitrian dewi dan melati pina, 2023, *keabsahan data penelitian kualitatif* makalah: sekolah tinggi ilmu tarbiyah batu bara sumatra utara

Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 29 mei 2024.

Gambar Ustadz Adi Hidayat, Lc. MA. Dalam akun instagram @adihidayatofficial. Diakses pada 30 mei 2024.

Hasan Iqbal, 2004, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: PT. Bumi

Herdiana Aan, 2016, *paradigma keilmuan kpi dalam prespektif dakwah*, komunika : Jurnal Ilmiah pascasarjana komunikasi dan penyiaran Islam, Vol. 10 No. 2.

Hidayat Adi, 2019, *umat bertanya Ust. Adi Hidayat menjawab*, Cet. 1; Yogyakarta: Hikam pustaka,

Hizbullah Muhammad, 2014, *Konsep Mau'izzah Hasannah Dalam Al-Qur'an* Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Syarif hidayatullah jakarta,

<https://kumparan.com/Islami-store/profil-biografi-dan-prestasi-ustadz-adi-hidayat-lc-ang-luar-biasa/full>, diakses pada 30 mei 2024

<https://www.instagram.com/adihidayatofficial/?igshid=1xrw7abiuykli>. Observasi pada akun Instagram @adihidayatofficial, pada Jumat 31 Mei 2024

<https://www.instagram.com/adihidayatofficial?igsh=MTNocDBrZTc1c2M1YQ==>
/ Diakses pada 27 agustus pukul 23.52 WITA

<https://www.instagram.com/adihidayatofficial?igsh=MTNocDBrZTc1c2M1YQ==>
/ Diakses pada 11 agustus pukul 12.32 WITA

<https://www.instagram.com/adihidayatofficial?igsh=MTNocDBrZTc1c2M1YQ==>
/ Diakses pada 15 agustus pukul 22.42 WITA

Ilaihi Wahyu, 2004, *komunikasi dakwah* Cet.1; Bandung: remaja roesda karya,

Iskandar, 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Gaung Persada, cet, 1.

Jalaludin rahmat, 2005 *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja, wulur B. Meisil, 2022, *komunikasi dan media dakwah* cet.1; Mojokerto: Insight mediatama,

Jaliani dwi Miranti, 2023, *pola komunikasi dakwah dalam penyiaran Islam berbasis kreatif lokal* (Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung,

karim Abdul, 2014, *Paradigma baru komunikasi dan penyiaran Islam*, AT-TABSYIR: Jurnal komunikasi penyiaran Islam, Vol. 2 No. 2.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Panduan Optimalisasi Media*

Kementrian Agama RI, 2017 *Mushaf Tajwid dan Terjemahan* (Cemani: UD. Fatwa

Kementrian agama RI, 2019, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah pentasihan mushaf alquran,

Kinanti, 2025, *Analisis isi pesan dakwah oleh Habib Husein Jafar Al-Hadar melalui media sosial instagram@husain_hadar* Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung

Laily mardiatul irene, 2022, *instagram sebagai media pembelajaran digital agama Islam di era 4.0* jurnal: manajemen pendidikan Islam vol.3.no.2

Maarif S. Bambang, 2015, *Psikologi Komunikasi Dakwah Suatu Pengantar* Bandung: Simbiosis Rekatama Media,

Magfirah, 2014, *Mujadalah Menurut Al-Quran*, Jurnal Al-Bayan, Vol. 20 No. 29

- Mariamamardatillah, Aliman,Yaqub,2024, *analisis pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media dakwah mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam universitas muhammadiyah makassar angkatan 2020* IIIC:jurnal intelek insan cendikia,vol.1 No.10.
- Moro tas Toto,1987, *komunikasi dakwah*, Jakarta: gaya media pratama,
- Najmuddin , 2020, *Strategi dakwah dan faktor pengaruh*, TASAMUH: Jurnal studi Islam, Vol. 12 No. 1.
- Putri anggraita bantari yulian,2023, *pesan dakwah di media sosial instagram @hawaariyyun* Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung
- Rahma nur Syafitri ,2024 *followers akun instagram @adihidayatofficial*, wawancara pada senin,09 Desember
- Rifka,2020, *pengguna media sosial sebagai evektivitas komunikasi pemasaran pada pedagang di pasar aceh dalam pandangan Islam* Skripsi:Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam negeri Ar-raniry banda aceh,
- Rudi Dian Arifin,2023 *Pengertian Instagram Beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat*, dll, diakses dari <https://dianisa.com/pengertian-instagram/> pada tanggal 16 desember. Pukul 23.27 WITA.
- Sayuti Simbolon , 2023 *strategi komunikasi dakwah Ustadz Adi Hidayat pada channel Youtube Adi Hidayat Official*. Skripsi:Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Imam Bonjol Padang
- Shiefti dyah alyusi,2018, *media sosial interaksi,identitas dan modal sosial*, Cet.2; Jakarta: kencana,
- Sidiq Muhammad,2006, *media sosial instagram sebagai media dakwah di masa pandemi*,
- Sosial*, 2014 Jakarta, Humas Kementerian Perdagangan
- Sugiono,2022,*metode penelitian kuantitatif dankualitatif dan R&C*, Cet,ke-27 bandung :alfabeta,
- Syukir Asmuni ,1983,*Dasar-dasar Strategi dakwah Islam*, Cet, Ke- 1 Surabaya:Al-ikhlas,
- Wahda,2025,*analisis strategi dakwah pada akun instagram komunitas project dakwah makassar* skripsi:fakultas agama Islam universitas muhammadiyah makassar
- Wulur B. meisil wawancara pada Sabtu ,25 Januari 2025

Wulur B. Meisil, 2022, *komunikasi dan media dakwah*, cet.1;mojokerto:Insight mediatama,

Zaidillah imam Alwisral,2025, *Strategi Dakwah dalam membentuk Da'I dan Khotib Profesional* Jakarta: kalam mulia,



LAMPIRAN

Gambar 1 :Wawancara Prespektif Pakar Komunikasi Dan Penyiaran Islam

(Meisil B.wulur) 27 januari 2025



Gambar 2 : Wawancara Followers akun instagram @adihidayatofficial

(syafitri nur rahma) 27 november 2024



Gambar 3: wawancara followers akun instagram @adihidayatofficial

(Chairunisa) 09 desember 2024





**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 : Sri Ningrum Id. Ismail

Nim : 105271112121

Program Studi : Komunika dan Penyiaran Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	4 %	10 %
2	Bab 2	21 %	25 %
3	Bab 3	10 %	15 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	3 %	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, 9 Mei 2025

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

Nursipah, S.Hum., M.I.P

NBM. 964 591



BAB I Sri Ningrum Id. Ismail

105271112121

by Tahap Skripsi

Submission date: 07-May-2025 01:30PM (UTC+0700)

Submission ID: 2668955144

File name: SRI_NINGRUM_BAB_I_REVISI.docx (28.55K)

Word count: 2183

Character count: 14418

BAB I Sri Ningrum Id. Ismail 105271112121

ORIGINALITY REPORT

4%

LULUS

4%

3%

0%

SIMILARITY

INTERNET SOURCES

PUBLICATIONS

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

4%

★ repository.uinib.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

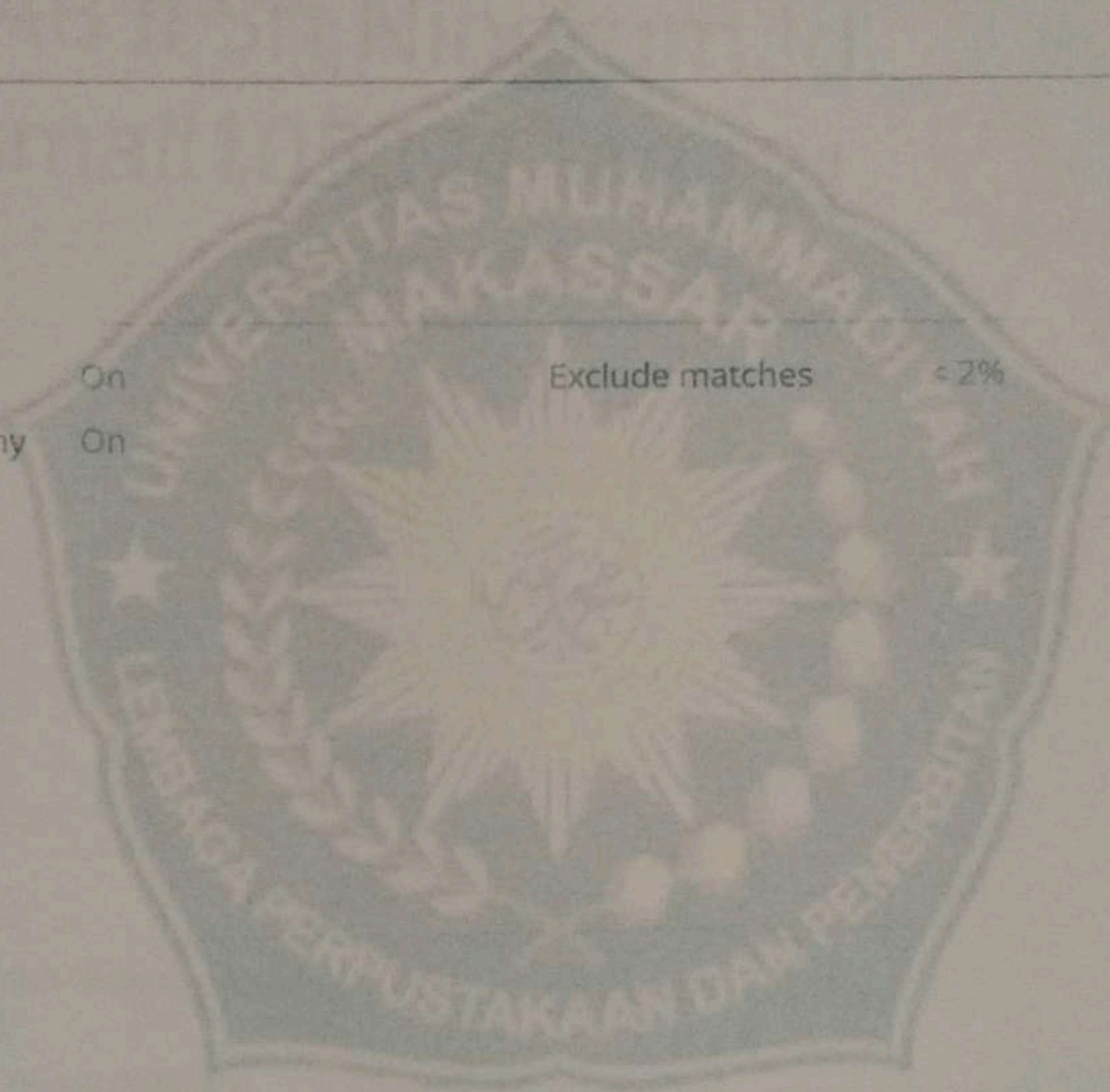
On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On





BAB II Sri Ningrum Id.

Ismail105271112121

by Tahap Tutup

Submission date: 08-May-2025 03:04PM (UTC+0700)

Submission ID: 2670035482

File name: BAB_II_-_Sri_Ningrum.docx (68.96K)

Word count: 3608

Character count: 23318

ORIGINALITY REPORT

21% LULUS 21%

SIMILARITY INDEX

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.tradenintan.ac.id

5%

2

id.123dok.com

Internet Source

3%

3

www.kompasiana.com

Internet Source

3%

4

Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Student Paper

2%

5

Submitted to IAIN Bengkulu

Student Paper

2%

6

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

2%

7

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

2%

8

core.ac.uk

Internet Source

2%

9

jki.uinsby.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



BAB III Sri Ningrum Id. Ismail

105271112121

by Tahap Tutup

Submission date: 08-May-2025 03:05PM (UTC+0700)

Submission ID: 2670035971

File name: SRI_NINGRUM_BAB_III-1.docx (25.54K)

Word count: 1427

Character count: 9613

BAB III Sri Ningrum Id. Ismail 105271112121

ORIGINALITY REPORT

100% LULUS

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

9%

★ repository.iainpalopo.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

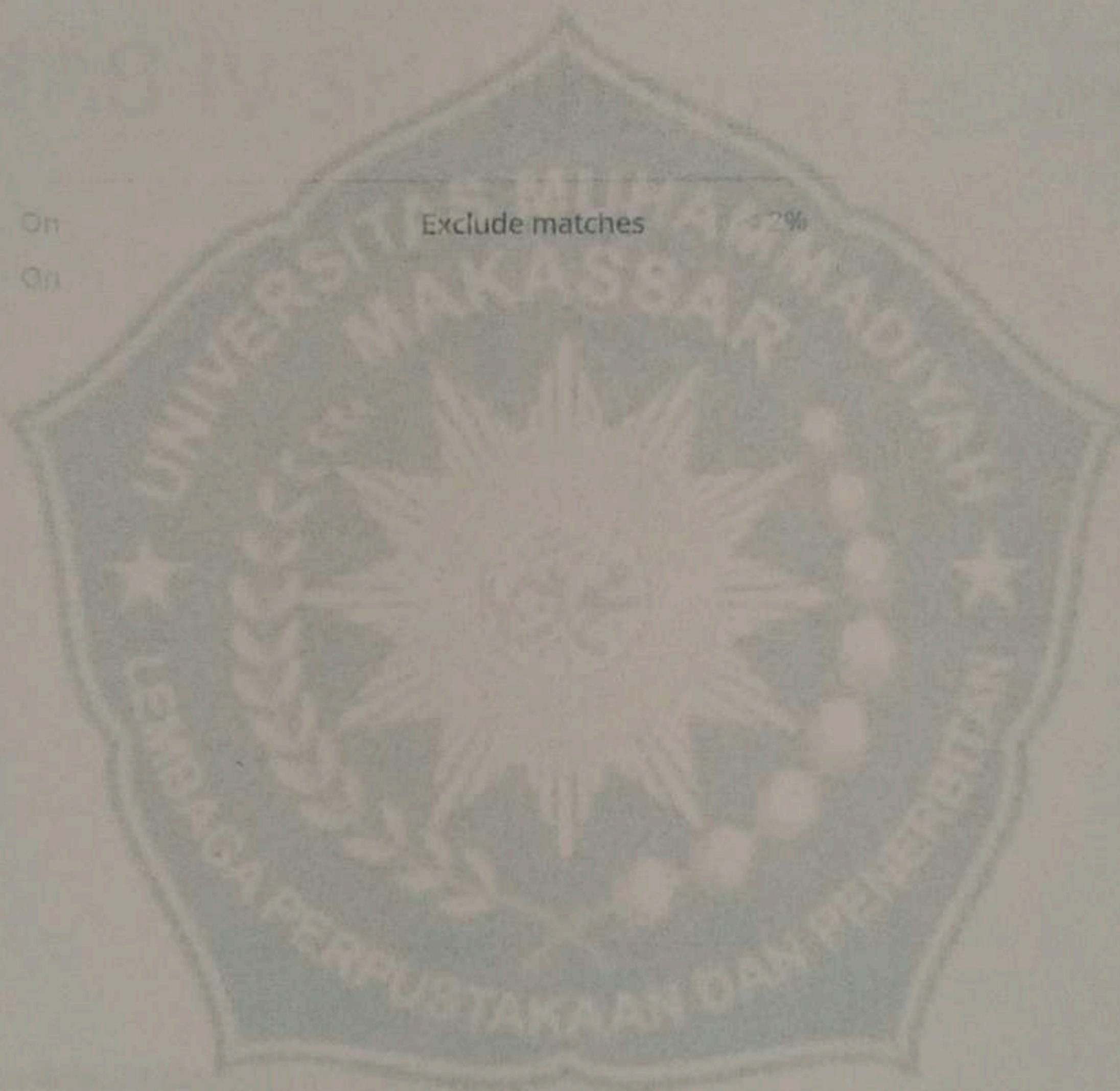
On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

2%





BAB IV Sri Ningrum Id. Ismail

105271112121

by Tahap Skripsi

Submission date: 07-May-2025 01:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 2668956305

File name: SRI_NINGRUM_BAB_IV_REVISI.docx (962.75K)

Word count: 2710

Character count: 17001

BAB IV Sri Ningrum Id. Ismail 105271112121

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

LULUS

9%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ Submitted to St. Ursula Academy High School

Student Paper

Exclude quotes

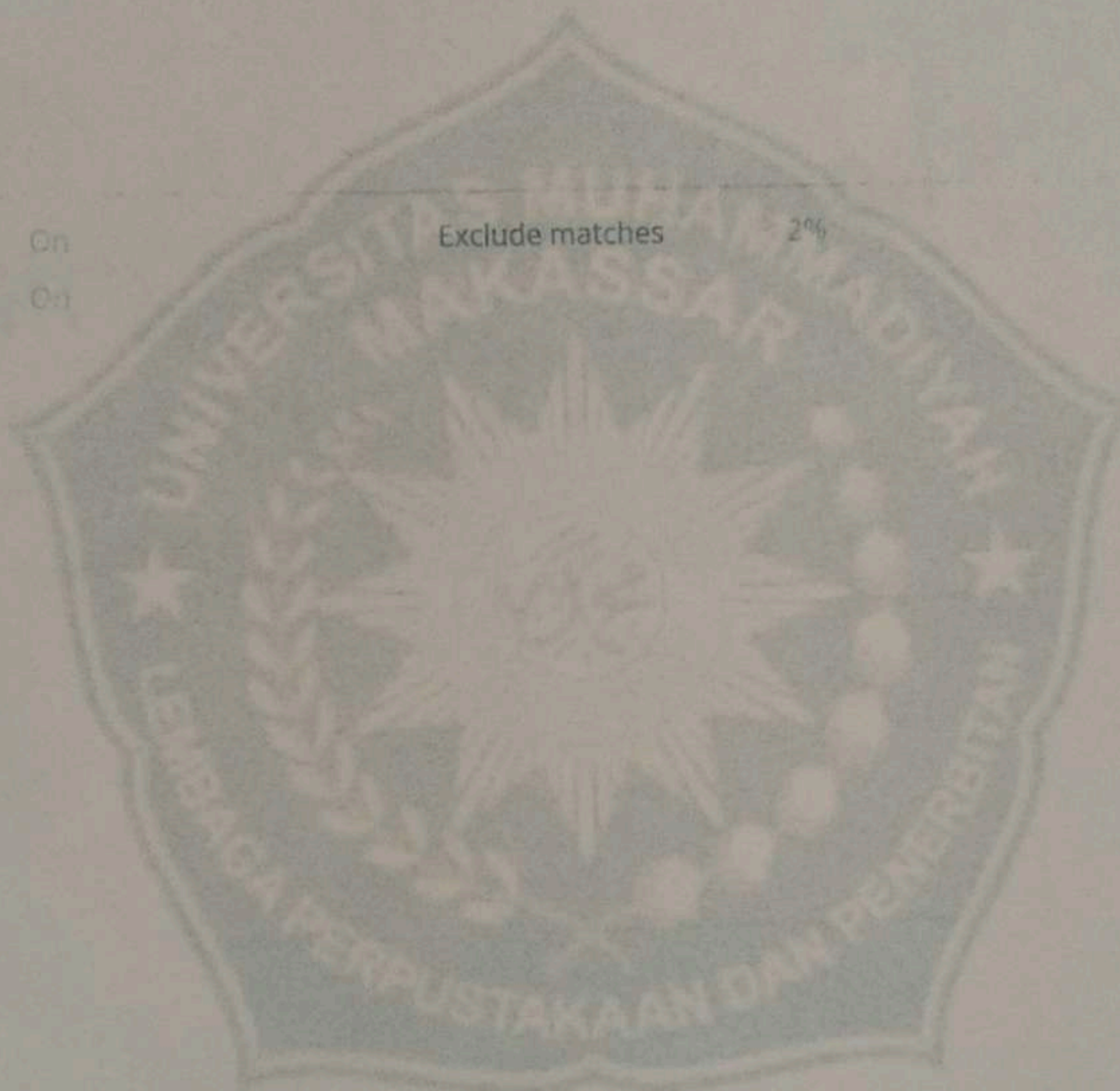
On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

2%





BAB V Sri Ningrum Id. Ismail

105271112121

by Tahap Tutup

Submission date: 07-May-2025 01:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 2668956625

File name: SRI_NINGRUM_BAB_V_REVISI.docx (21.4K)

Word count: 1183

Character count: 8420

BAB V Sri Ningrum Id. Ismail 105271112121

ORIGINALITY REPORT

3%

LULUS

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

SIMILARITY INDEX

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ repository.uinjambi.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

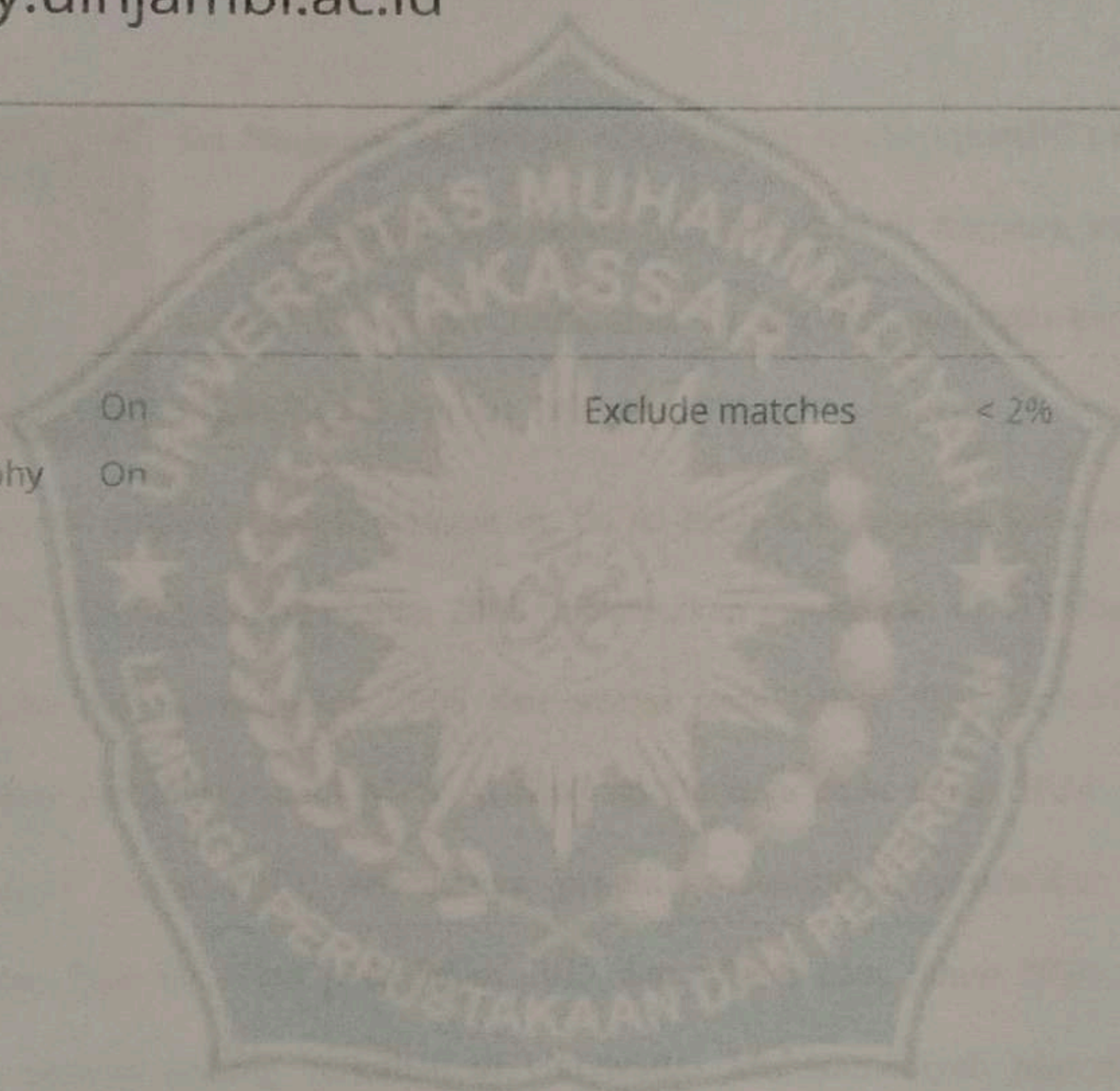
On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Sri Ningrum Id. Ismail, adalah nama lengkap peneliti yang melakukan penelitian ilmiah ini. dilahirkan di Ampana, pada tanggal 19 oktober 2001, anak ke tiga dari pasangan bapak Idgam Ismail dan ibu Tukiye.

Peneliti masuk sekolah pertama di Tk Al-bahri Kec.Ampana kota pada tahun 2007 dan selesai pada tahun 2008, melanjutkan pendidikan di SD.Negeri 13 Ampana Kota pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikanya di MTS Al-Khairaat Bantuga pada tahun 2014 dan selesai pada tahun 2017, selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan di MA.Negeri Tojo Una-Una pada tahun 2017 dan selesai pada tahun 2020 dan sekarang peneliti sedang berkuliah di Universitas Muhammadiyah Makassar, Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam dari tahun 2021- sekarang.