

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Sebagai seorang muslim, kita diwajibkan untuk saling mengajak kepada kebaikan dan mengingatkan untuk tidak mendekati keburukan. Demi menciptakan kehidupan bermasyarakat yang maslahat di dunia maupun di akhirat. Berdasarkan kewajiban kita sebagai muslim untuk mengajak kepada kebaikan dan mengingatkan untuk tidak mendekati keburukan, tentu kita haruslah memahamidan mengerti terlebih dulu apa yang dimaksud dengan dakwah.

Dakwah asal katanya dari bahasa arab dengan makna : memanggil, ajakan, mengundang, ajakan, menyeru juga himbauan. Dakwah merupakan sebuah upaya untuk mempengaruhi orang lain untuk melakukan dan berperilaku berdasarkan apa yang di dakwah kan oleh da'i (zain, 2009). Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Ali-Imran [3]: 104 yaitu :

وَأَتَىٰكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ  
وَأَتَىٰكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ  
وَأَتَىٰكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ  
وَأَتَىٰكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ  
وَأَتَىٰكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ  
وَأَتَىٰكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (Qs. Ali-Imran [3]: 104)

Dakwah ialah suatu kegiatan penyampaian pesan yang di dalamnya mengandung norma hukum ajaran Islam dari seorang individu kepada individu lagi atau kelompok masyarakat, untuk mewujudkan pengetahuan yang banyak diketahui oleh umat agar dapat menjalankan norma agama dengan memiliki kesadaran penuh hingga terwujudnya suatu sistem sosial yang damai dan harmonis dan berharap berakhir dengan mendapat kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat (Endang, 2013)

Syaikh Ali Mahfudz, dalam kitabnya "*Hidayatul Mursyidin*" memaparkan pengertian dakwah Islam yaitu : Mendorong dan memotivasi umat manusia untuk melakukan kebaikan dan juga mengikuti petunjuk (*hidayah*), mengajak umat untuk melakukan kebaikan dan menjauhi dan mencegah kepada kemungkinan, agar seluruh umat mendapat kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan yang abadi di akhirat (Mahfudz).

Sebagaimana pengertian di atas menunjukkan makna khusus terhadap dakwah, ialah ajakan untuk beriman kepada Allah dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam pada kehidupan masyarakat guna menciptakan kehidupan yang maslahat.

Seiring dengan perkembangan zaman terkhususnya di bidang teknologi komunikasi, menuntut juga perlu adanya perkembangan dalam bidang dakwah. Bagaimana da'i sekarang ini ditantang untuk bisa mengemas pesan dakwah dengan semenarik mungkin dan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang semakin lama semakin maju, dengan tidak lupa terhadap pesan

dakwah yang terdapat di dalamnya. Kemajuan teknologi komunikasi telah menjadikan manusia semakin mudah untuk berkomunikasi satu sama lain, yang jauh pun terasa lebih dekat dengan menggunakan teknologi sekarang ini.

Salah satu hasil dari kemajuan dalam perkembangan teknologi informasi adalah munculnya berbagai media baru. Karena karakteristik jaringannya, jaringan merupakan jembatan penghubung antara pengguna yang sama dan dengan perangkat eksternal lainnya, sehingga pengguna dapat berkomunikasi dan bertukar informasi secara luas. Media baru merupakan salah satu media yang kini sering digunakan untuk memanfaatkan jaringan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang lebih luas. Jaringan teknologi informasi dan komunikasi termasuk dalam kategori media baru yaitu internet, web site dan komputer multimedia. Banyak hal yang bisa diakses dan dicari melalui media baru. Hiburan dan pendidikan. Salah satu media baru yang menyajikan informasi yang luas di masyarakat saat ini adalah media sosial.

Perkembangan media baru sesungguhnya mengacu terhadap perkembangan produksi, distribusi dan penggunaan media. Media baru tidak dapat dipisahkan dari *digital*, *interaktivitas*, *hypertext*, komunikasi dan *virtualitas*. (Habibi, Dakwah Milenial, 2018).

Perkembangan teknologi media massa merupakan subjek yang saling terkait. Membahas media massa merupakan salah satu bentuk sosialisasi kepada banyak orang. Media massa dianggap sebagai media sosial yang

mempengaruhi perilaku khalayak. Kemajuan teknologi dapat meningkatkan kualitas pesan dan meningkatkan frekuensi eksposur publik yang juga memberikan kesempatan bagi media massa untuk menjadikan sosial media sebagai motor penggerak sosialisasi semakin penting.

Di lansir dari detikcom, di Indonesia sendiri masyarakat yang menggunakan internet meningkat sebanyak 17% atau sama dengan 25 juta pengguna di negeri ini berdasarkan laporan terbaru dari *We Are Social* pada tahun 2020 ada sebanyak 175,4 juta pengguna internet, berdasarkan perhitungan dariseluruh manusia di Indonesia yang berjumlah 272,1 juta, maka itu artinya 64% yaitu setengah dari penduduk Indonesia sudah menggunakan dan mengakses internet. Adapun dalam laporan ini juga dapat diketahui bahwa sampai saat ini masyarakat yang memiliki ponsel sebanyak 338,2 juta pengguna aktif di media sosial. Dan media sosial yang paling banyak diakses oleh pengguna internet adalah : *Instagram, YouTube, WhatsApp, Facebook, Twitter, Line, LinkedIn, Pinterest, FB Messenger, We chat, Snapchat, Tiktok, Tumblr, Sina Weibo, dan Reddit.*

Pembentukan dari hidup dan karakter Islam dapat terikat dengan peran dari media komunikasi (Rohmat Taufiq, 2013). Dari memaksimalkan penggunaan media komunikasi untuk berdakwah, banyak orang akan lebih menerima pesan dakwah. Karna pada kenyataannya jarak terlalu luas dan tidak dapat dijangkau sepenuhnya dengan komunikasi langsung. Selain itu , pesan dakwah yang ingin disampaikan akan lebih cepat diterima, dan pada zaman

sekarang ini banyak orang yang lebih menyukai hal yang praktis seperti smartphone dan penyampaiannya akan lebih menarik jika menggunakan media komunikasi. Belum lagi tingginya permintaan informasi yang mengandalkan perangkat media.

Salah satu media yang digemari oleh masyarakat dan kaum milenial ialah Instagram. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial untuk kita mengunggah foto. Banyak orang yang beranggapan bahwa foto itu hanyalah sebuah gambar kegiatan, pemandangan, foto bermasa keluarga, foto bersama teman-teman, bahkan foto selfie yang diambil oleh diri kita sendiri.

Tetapi ternyata tidak hanya itu, kini banyak bermunculan penggiat-penggiat dakwah yang begitu kreatif dan inspiratif dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media dakwah. Dengan cara mereka membuat foto yang memuat pesan-pesan dakwah di dalamnya lalu di unggah ke dalam media sosial Instagram.

Seperti yang dilakukan Panji Ramdana, pemuda yang lahir di Ciamis 04 April 1991 adalah seorang penulis muda bangsa ini yang patut untuk dijadikan panutan untuk pemuda lain dalam berkarya. Selain sudah menerbitkan banyak buku, Panji Ramdana juga memiliki akun Instagram @panjiramdanaofficial, di dalam akun Instagram tersebut banyak di unggah foto-foto yang bermuatan sepenggalan kata-kata yang ada dalam buku yang ditulisnya.

Terpantau sampai bulan Desember 2020 ini pengikut akun @panjiramdanaofficial sudah mencapai sebanyak 2,3 juta orang dan telah

memposting foto sebanyak 124 unggahan. Banyak pesan-pesan dakwah yang ada dalam akun tersebut salah satunya adalah pesan dakwah perihal jodoh. Perihal jodoh sekarang ini mungkin sedang gemar diperbincangkan di kalangan remaja usia 22-25 tahun. Karena pada kenyataannya sekarang ini banyak pasangan muda yang menikah muda ataupun orang yang sudah cukup umur dan siap untuk menikah tetapi belum dipertemukan dengan jodohnya.

Dewasanya sekarang ini masih banyak sekali kasus pelanggaran hukum islam yang dilakukan di dunia. Tidak terkecuali di negara kita Indonesia banyak terjadi kasus pergaulan bebas seperti pacaran, narkoba, pelecehan seksual, korupsi, dan perzinahan yang sampai saat ini masih tidak terkontrol. Hubungan seksual sebelum pernikahan menjadi pembahasan yang sering diperbincangkan. Hubungan seksual di luar nikah adalah dosa besar, selain itu memiliki resiko untuk hamil yang dimana hal itu tidak diinginkan untuk pelaku (Darnoto, 2020).

Pada tahun 2015, dinas kesehatan DI Yogyakarta mencatat ada sebanyak 1.078 orang remaja usia sekolah yang melakukan persalinan. Dari jumlah tersebut, ada sebanyak 976 di antaranya hamil di luar nikah. Kasus pelanggaran norma ini terjadi karena kurangnya pemahaman tentang agama yang menjadikannya mudah untuk terjerumus ke dalam ajakan setan dan juga akses media yang sangat pesat dan tidak terbatas juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan itu terjadi.

Agar menghindari terjerumus ke dalam ajakan setan dalam ajaran Islam sangat menganjurkan kepada seluruh umatnya untuk menyegerakan pernikahan untuk orang yang sudah mampu baik secara lahir dan batinnya, berbeda ketika jika merasa belum mampu untuk melaksanakannya, maka dianjurkan untuk melaksanakan ibadah yang dipandang dapat menahan nafsu yaitu dengan melaksanakan ibadah puasa.

Pertanyaan yang sering terlontar kepada pemuda pemudi di usia 20 tahun ke atas ialah “kapan menikah?” dan kebanyakan mereka tidak bisa menjawab pertanyaan itu. Mungkin ada segelintir orang yang merasa takut untuk berkomitmen atau mungkin memang belum dipertemukan orang yang tepat. Tetapi, ada alasan lain yang bisa jadi menyebabkan kita belum bertemu orang yang tepat. Yaitu menyabotase diri sendiri.

Menurut seorang psikologi Melanie Schilling, menyabotase diri adalah meremehkan diri sendiri dan menutup diri dari bersosialisasi dengan lingkungan sosial dan berinteraksi dengan orang baru. Bisa jadi faktor tersebut disebabkan kegagalan atau kekecewaan di masa lalu. Maka dari itu kita bisa mencoba dengan cara mencintai diri sendiri terlebih dahulu sebelum mencintai orang lain (Anggraini, 2018)

Pernikahan adalah bentuk dari ketaatana dan ibadah panjang. Seorang mukmin yang melaksanakan pernikahan dengan disertai niat yang ikhlas, kehendak yang lurus, dan bermaksud untuk menjaga dirinya dal hal-hal yang

dilarang dan tidak disukai oleh Allah, bukan hanya sekedar memenuhi hawa nafsu yang menjaukannya melakukan pernikahan (Ash-Shobuni, 2008).

Perkara mencari jodoh atau pasangan hidup itu bukan masalah kecil hal yang bisa dilakukan dengan sembarangan tetapi juga harus dipikirkan secara mendalam dan tentunya mengaji diri apakah diri kita sudah baik? Karena dalam penantian jodoh itu harus bersabar dalam penantian yang di ridhoi Allah SWT.

Akun @panjiramdanaofficial ini menjawab semua kegunaan-kegunaan perihal penantian dalam menjemput jodoh, terhitung dari unggahan foto dari bulan September hingga bulan November ada 12 unggahan yang bermuatan pesan-pesan tentang jodoh.

Berdasarkan fenomena serta uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam tentang pesan-pesan dakwah apa saja yang terdapat dalam akun @panjiramdanaofficial. Sehingga penelitian ini dikemas dengan judul : **“PESAN DAKWAH TENTANG JODOH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis isi terhadap Pesan Dakwah pada akun Instagram @panjiramdanaofficial)”**

## **B. Focus Penelitian**

Berdasarkan dengan latar belakang permasalahan di atas, agar pembahasan dalam skripsi ini tidak terlalu meluas dan menimbulkan



kekeliruan, maka diperlukan adanya pembatasan dalam istilah. Adapun dalam penelitian ini media sosial yang difokuskan itu kepada media sosial Instagram saja. Upaya meneliti apa saja pesan dakwah yang terkandung dalam unggahan akun Instagram @panjiramdanaofficial.

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana interkoding terhadap pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial ?
2. Bagaimana deskripsi pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial ?
3. Bagaimana kategorisasi dan frekuensi pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial ?
4. Bagaimana kecenderungan pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok focus penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana interkoding terhadap pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial
2. Mengetahui bagaimana deskripsi pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial
3. Mengetahui bagaimana kategorisasi dan frekuensi pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial

4. Mengetahui bagaimana kecenderungan pesan dakwah tentang jodoh dalam akun Instagram @panjiramdanaofficial

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua keunggulan, di antaranya keunggulan secara akademis dan keunggulan secara praktis.

##### 1. Secara Akademis

- a. penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memberikan sumbangan pengetahuan sebagai informasi ilmiah terhadap ilmu pengetahuan.
- b. Tentunya hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis, umumnya bagi pembaca serta dapat dimanfaatkan sebagai rekomendasi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FIDKOM) khususnya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menyampaikan dakwah dengan berbagai kreatifitas yang dikemas sedemikian rupa berdasarkan metode yang ada.

##### 2. Secara Praktis

- a. Berguna untuk semua kalangan terkhusus orang ini berkonsentrasi pada bidang dakwah Islam dalam mengemas pesan-pesan dakwah.
- b. *Followers* atau pembaca aku @panjiramdanaofficial maupun *followers* atau pembaca akun dakwah lainnya dalam meneliti pesan-pesan dakwah yang penulis sampaikan.

#### **E. Hasil Penelitian yang Relevan**

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Nurasiah Ismail yang berjudul “*Pesan Dakwah Tentang Nikah Di Media Sosial Instagram*” Universitas Islam Negeri Bandung Tahun 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif dengan teori Semiotika Roland Barthes.

Penelitian ini membahas tentang pesan dakwah pada akun instagram @nikahbarokah tentang pernikahan, mulai dari aspek fisiologis (*sakinah*), psikologis (*mawadah*), dan sosiologis (*warrahmah*) yang terumuskan didalam pertanyaan bagaimana denotasi pesan dakwah tentang nikah dalam akun instagram @nikahbarokah? Bagaimana makna konotasi pesan tentang nikah dalam akun instagram @nikahbarokah? Dan bagaimana mitos pesan dakwah tentang nikah dalam akun instagram @nikahbarokah? diteliti dengan menggunakan teori semiotika berdasarkan makna denotasi, konotasi, dan makna mitos.

Kedua, Penelitian yang dilakukan Guesty Tania yang memiliki judul “*Aanalisis Isi Pesan Dakwah Hanan Ataki Di Media Sosial Instagram*” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analisis isi deskriptif.

Penelitian ini meneliti pesan dakwah dari video atau audio visual yang diposting oleh akun ustadz @hanan\_attaki di media sosial *Instagram*. Dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang mendukung penelitiannya seperti buku-buku, majalah, surat kabar, internet, catatan, dan transkrip dokumentasi.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Puji Mulyono dengan judul “Pesan Dakwah Dalam Novel (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Novel Haji Backpacker Karya Aguk Irawan MN)” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini membahas permasalahan: Bagaimana isi pesan dakwah tentang aqidah yang terkandung dalam novel haji backpacker karya Aguk Irawan MN ? Bagaimana isi pesan dakwah tentang syariah yang terkandung dalam novel haji backpacker karya Aguk Irawan MN? Bagaimana isi pesan dakwah tentang akhlak yang terkandung dalam novel haji backpacker karya Aguk Irawan MN.? Apa isi pesan yang paling dominan dari novel haji backpacker karya Aguk Irawan MN? Dengan cara penghitungan data menggunakan lembar coding.



Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini :

**Tabel 1.1 Perbedaan Penelitian.**

No	Penelitian yang relevan	Penelitian terdahulu	Penelitian ini
1.	Penelitian yang dilakukan oleh Nurashiah Ismail.	Menggunakan pendekatan	Menggunakan pendekatan

		penelitian analisis semiotika.	penelitian analisis isi.
2.	Penelitian yang dilakukan oleh Guesty Tania.	Menggunakan metode penelitian kualitatif.	Menggunakan metode penelitian kuantitatif.
3.	Penelitian yang dilakukan oleh Puji Mulyono.	Objek penelitian ini adalah buku novel.	Objek penelitian ini adalah media sosial instagram.

## F. Kerangka Pemikiran

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Isi. Analisis Isi (*content analysis*) merupakan penelitian yang bertujuan untuk meneliti isi pesan yang di paparkan dalam sebuah proses komunikasi (Jumroni). Analisis isi adalah penelitian yang memiliki sifat pembahasan yang lebih mendalam pada suatu isi pesan atau informasi dalam bentuk tertulis atau tercetak yang terdapat di dalam media massa. Analisis isi secara umum diberi arti metode yang mencakup semua analisis terhadap isi pesan dalam teks.

Analisis isi dapat diartikan juga sebagai penelitian terhadap isi atau makna pesan komunikasi yang dibuat berdasarkan data-data yang tersaji untuk membuat kesimpulannya. Analisis isi adalah teknik penelitian untuk dapat mendapatkan gambaran isi pesan dalam komunikasi masa yang dilakukan secara sistematis, objektif, dan relevan secara sosiologis (Nasution, 2001) analisis dan uraiannya dapat menggunakan cara-cara pengukuran kuantitatif dan kualitatif ataupun menggunakan keduanya.

Analisis isi ini dipergunakan untuk dapat mengumpulkan keterangan dari isi pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikannya yang berbentuk lambang. Bukan itu saja, analisis ini juga bisa dipergunakan untuk menganalisis seluruh jenis komunikasi seperti buku, puisi, surat kabar, cerita rakyat, lagu, lukisan, surat, pidato, novel, hingga teater dan lain-lain (Rahmat, 2002).

Metode analisis isi ini sangat cocok dipergunakan untuk penelitian di bidang ilmu komunikasi karena yang menjadi objek dalam penelitian tersebut tidak lain dan tidak bukan adalah isi pesan yang disampaikan oleh suatu media massa. Cara kerja metode ini hampir mirip dengan metode survey, yang membedakannya hanyalah objek dari penelitian itu sendiri (Jumroni, Metode-metode Penelitian Komunikasi, 2006).

Analisis isi juga dapat dipergunakan untuk menganalisis semua jenis komunikasi baik itu berita, radio, surat kabar, televisi, iklan dan juga semua materi-materi dokumentasi yang lainnya. Hampir seluruh disiplin ilmu di bidang sosial dapat menggunakan analisis ini sebagai teknik metodologi penelitiannya.

Sejarah singkat analisis isi awal mulanya diperkenalkan sebagai metode sistematis untuk mempelajari media komunikasi oleh Harold D. Laswell pada tahun 1927. Tahun 1920-an dan 1930 metode ini mulai populer sebagai metodologi untuk riset mencari isi atau makna komunikasi dalam film yang sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat pada waktu itu. Pada

waktu berikutnya perkembangan metode analisis isi ini sangat dipengaruhi dari aspek pendekatan yang disajikan oleh Bernard Berelson yaitu pendekatan kuantitatif (Jumroni).

Berelson menjelaskan kajian isi sebagai teknik penelitian yang diperlukan untuk menjelaskan secara objektif, sistematis, dan kuantitatif tentang manifestasi komunikasi. Weber mengungkapkan bahwa kajian ini adalah metodologi penelitian yang menggunakan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang benar dari sebuah buk dokumen atau buku. Holsty memberikan definisi yang lainnya dan menyatakan bahwa kajian isi adalah suatu tehnik yang dipakai untuk menarik sebuah kesimpulan dengan usaha menemukan karakteristik isi pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis.

#### Teori analisis pesan dakwah

Pesan dakwah menurut Toto Tasmara adalah “semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur’an dan sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut” (Tasmara, 1997). Di dalam agama Islam sendiri telah mengatur dalam seluruh aspek yang berasal dari tauhid mutlak. Yaitu membahas aspek-aspek dalam kehidupan tersebut ialah aspek politik, ekonomi, pendidikan, hukum, keluarga, sosial, kebudayaan, dan lain sebagainya.

Menurut Drs. Wahidin Saputra dalam bukunya “Pengantar Ilmu Dakwah”, menerangkan bahwa materi atau pesan dakwah yang harus dipaparkan oleh seorang da’i kepada mad’u itu adalah materi yang berkaitan dengan *akidah*,

*syariah*, dan *akhlak*, dan juga materi *syariah* juga terbagi menjadi dua cabang pokok, yaitu *ibadah* dan *mu'amalah* (Saputra, 2011).

Dalam menyampaikan pesan dakwah da'I harus mempunyai metode, karena meskipun pesan yang disampaikan bagus, namun disampaikan dengan cara yang salah, mad'u mungkin tidak akan menerima pesan tersebut dengan baik. Maka dari itu pesan dakwah bisa dilakukan dengan beberapa kegiatan yaitu dengan lisan (*dakwah bi al-lisan*) atau dengan tulisan (*dakwah bi al-qalam*) dan bisa juga dengan perilaku (*dakwah bil-hal*). Dalam metode penyampaiannya juga bisa melalui media tradisional ataupun media moderen.

Jodoh adalah seseorang yang kepadanya kita merasa jatuh cinta sampai yakin se yakin yakinnya dan bersama kita ingin mewujudkan kebahagiaan hidup yang bahagia sampai akhir hayat. Sebagian orang memaknai jodoh sebagai takdir, anugerah, jawaban Tuhan atas doa dan harapan kita tentang pasangan hidup (Basuki, 2016). Di dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwasanya Allah telah menciptakan manusia yaitu laki-laki dan perempuan, berbagai suku serta berbagai bangsa ialah supaya mereka bisa berhubungan atau berinteraksi dan saling mengenal satu sama lain (*ta'aruf*). Hal tersebut berdasarkan firman Allah dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Wahai manusia! Sungguh, kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal.



Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti. (Qs. Al-Hujurat [49]: 13).

Media sosial dapat didefinisikan sebagai alat yang digunakan orang untuk bersosialisasi dan bertukar informasi dengan pengguna lain yang terhubung ke jaringan internet dengan bentuk komunikasi virtual. Media sosial merupakan media yang terhubung dengan internet, setiap pengguna dapat dengan mudah berbagi, leluasa, dan berpartisipasi (Kusnawan, 2016).

Media sosial sendiri menggunakan teknologi yang berbasis web untuk mendukung media sosial dan interaksi sosial, yang mengubah dari komunikasi menjadi dialog interaktif (Habibi, Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial). Media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut : informasi yang disampaikan untuk semua orang bukan untuk perorangan, pesan yang dibagikan dapat diterima secara bebas, tidak adanya penyortiran, pesan disampaikan dengan Waktu yang cepat dari media lain, dan penerima pesan dapat menentukan waktu untuk berinteraksi.

Perkembangan media sosial saat ini terus maju. Saat ini nyaris setiap orang mempunyai akun media sosial di telepon genggam mereka. Karena media sosial bisa dan mudah untuk diakses kapan pun dan dimana pun tanpa mengeluarkan banyak pengeluaran. Hanya dengan memakai *mobile phone* yang terhubung dengan jaringan internet. Berbeda dengan media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan pengeluaran yang cukup besar dan memerlukan tenaga orang lain, itulah yang membedakannya dengan

media sosial. Pengguna sosail media dapat mengakses media sosial dengan menggunakan jaringan internet meskipun bahkan ada yang aksesnya sangat lambat, dengan biaya minim, tidak menggunakan alat mahal, dan dapat dilakukan secara individu tanpa membutuhkan bantuan orang lain. Penggunanya dapat dengan mudah dan bebas untuk mengedit, memodifikasi, mengedit baik tulisan, video, gambar, dan berbagai konten yang sudah disediakan di media sosial itu sendiri.

Media berperan sangat penting dalam penyampaian pesan dakwah. Dengan meng-optimalisasi penggunaannya akan memaksimalkan aktivitas dakwah. Terutama dari teori pengaruh media, media bisa mempengaruhi individu secara langsung maupun secara tidak langsung. Jika ditinjau menggunakan teori media *influence*, bahwasanya media dapat mempengaruhi kepada individu baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang membantu penggunanya mengambil, mengedit dan berbagi foto. Selain foto, Instagram juga membagikan video dari penggunanya. Instagram di ibaratkan galeri yang sangat besar. Seluruh pengguna instagram dapat melihat karya pengguna Instagram lain dan bisa membuat jejaring pertemanan (Enterprise, 2012). Dengan menggunakan Instagram sebagai media dakwah, da'I dan mad'u dapat berkomunikasi dengan lebih mudah tanpa batasan waktu (Muharam, 2020).

Instagram berasal dari pengertian dari seluruh rangkaian fungsi aplikasinya. Kata "*intsa*" dari kata "instan", sama halnya dengan kamera palaroid yang pada

masanya lebih dikenal dengan sebutan “*fot instan*”. Instagram dapat memproyeksikan foto secara instan dan cepat dan tampilan instagram seperti palaroid. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” yang memiliki fungsi untuk mengirimkan informasi kepada khalayak dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yaitu bisa disebut album digital foto, yang digunakan menggunakan jaringan internet, sehingga apa yang di unggah di instagram dapat tersampaikan dengan cepat. Maka dari itulah, instagram adalah gabungan dari kata instan dan telegram (Zahra, 2016).

Di zaman perkembangan teknologi komunikasi sekarang ini sudah banyak da’I yang memanfaatkannya sebagai media dakwah islam. Satu dari banyaknya hasil perkembangan teknologi komunikasi dalam sosial media yang digemari masyarakat adalah Instagram. Berdakwah melalui media sosial *Instagram* dianggap lebih efisien dan efektif untuk dilakukan.

## G. Hipotesis

Hipotesis berasal dari gabungan dua suku kata yaitu “*hypo*” memiliki artinya “di bawah” dan “*thesa*” memiliki artiya “kebenaran” (Suharsimi, 2006 ). Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah terhadap penelitian ini telah dibuat dalam bentuk pertanyaan (Sugiyonno, 2017).

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah :

- $H_a$  : terdapat pesan dakwah tentang jodoh dalam akun @panjiramdana.
- $H_o$  : tidak terdapat pesan dakwah tentang jodoh dalam akun @panjiramdana.

Dasar terhadap pengambilan keputusan :

- Jika probabilitas  $<0,05$  maka  $H_0$  diterima dan hasilnya signifikan.
- Jika probabilitas  $>0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan tidak signifikan.

## H. Langkah-langkah penelitian

### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu masalah, *problem*, atau isu yang di bahas, diteliti dan di selidiki dalam penelitian (Rumusrumus.com, 2020). Maka dari itu objek penelitian ini adalah media online insatgram yaitu pesan dakwah yang ada pada postingan akun *Instagram* @panjiramdanaofficial.

### 2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma Positivisme. Paradigma positivisme merupakan suatu proses linier atau suatu proses sebab akibat yang dapat menggambarkan bagaimana usaha seorang pengirim pesan untuk merubah pengetahuan penerimanya yang pasif (Ardianto, 2009). Pada paradigma positivisme beranggapan bahwa proses komunikasi itu ditentukan oleh pengirim (*source-oriented*). Kesimpulan berhasil atau tidaknya sebuah proses komunikasi ditentukan terhadap upaya

yang diberikan oleh pengirim pesan dalam menyajikan pesannya, dapat menarik perhatian, bahkan mempelajari karakter dan sifat penerima untuk selanjutnya mengambil strategi yang tepat dalam menyampaikan pesan.

Pendekatan yang digunakan dalam peneliti adalah pendekatan Analisis isi. analisis isi atau biasa disebut (*content analysis*) yang bersifat kuantitatif. Analisis isi banyak digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan. Berdasarkan pendapat Holsti ia menggambarkan fokus desain analisis pada tiga bagian :

1. Menggambarkan bagaimana karakteristik dalam pesan.
2. Membuat kesimpulan penyebab dari sebuah pesan (*proses encoding*).
3. Menarik kesimpulan mengenai efek dari komunikasi (*proses decoding*) (Eriyanto, 2011).

Dalam penelitian menggunakan dua fokus yang disebutkan Holsti yaitu menggambarkan karakteristik pesan dan membuat kesimpulan penyebab dari suatu pesan. Metode ini digunakan untuk memahami isi pesan-pesan dalam media sosial yang dianalisis yang kemudian akan mengasilkan kesimpulan tentang interkoding pesan, frekuensi, kategorisasi, dan kecenderungan dalam pesan dakwah yang terdapat pada akun @panjiramdanaofficial.

### **3. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu kejadian atau fenomena yang terjadi secara fakta, sistematis, serta akurat. Dimana fenomena tersebut dalam berbentuk aktivitas, hubungan, karakteristik. Menurut Sugiyono penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang dipakai untuk mencari dan mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel, atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain. (Sugiyono, 2008).

Metode tersebut digunakan untuk mengkaji pesan-pesan dakwah dalam akun instagram @panjiramdanaofficial yang akan menghasilkan suatu kesimpulan tentang frekuensi kata yang sering muncul, kategorisasi dan kecenderungan pada postingan yang akan diteliti.

#### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1) Jenis Data**

Jenis data kuantitatif adalah data-data yang dapat diukur secara langsung dalam bentuk variable angka atau bilangan. Variabel dalam ilmu statistika ialah bahan karakteristik atau pengukuran yang dapat mendeskripsikan suatu kasus atau objek penelitian. Data yang dikumpulkan oleh peneliti adalah kuantitatif deskriptif, yaitu dengan menggambarkan secara detail pesan dakwah yang ada dalam postingan akun @panjiramdanaofficial. Jenis

data penelitian ini adalah dokumen *online* dari *instagram* @panjiramdanaofficial.

## 2) Sumber Data

### a) Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari foto atau unggahan yang sudah diposting oleh akun @panjiramdanaofficial di media sosial instagram, dan merupakan data utama diharapkan dapat menjawab pertanyaan pokok pada permasalahan yang akan diteliti.

### b) Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperlukan sebagai tambahan untuk melengkapi data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan untuk mencari teori dan konsep yang memiliki hubungan dengan penulisan skripsi ini. Data sekunder ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian ini seperti buku-buku, majalah, surat kabar, internet, catatan, dan transkrip serta dokumentasi.

## 5. Populasi dan sample

Populasi merupakan hasil dari semua nilang yang memungkinkan, hasil yang menghitung atau pengukuran kuantitatif dan juga kualitatif yang berkaitan dengan katakarakteristik tertentu dari keseluruhan anggota dari suatu kumpulan yang jelas dan lengkap yang ingin mendalami dan mempelajari

sifat-sifatnya (Sudjana, 2002). Menurut widianto populasi adalah Satu kelompok atau kumpulan objek ataupun objek yang akan di generalisasikan pada hasil penelitian.

Diibaratkan populasi sebagai organisme sedangkan sample sebagai organ. Sample adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti (arikunto, 2006). maka dari itu populasi dalam postingan akun @panjiramdana ada sebanyak 124 unggahan , karena populasi ada sebanyak lebih dari 100 maka akan diambil sampel dari populasi. Maka dari itu penelitian ini penelitian sample. Sample yang akan diambil sebanyak 10 unggahan terdiri dari 12 foto yang diteliti.

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi yang dilakukan penulis yaitu dengan cara menangkap layar (*screenshot*) foto-foto yang telah di unggah oleh akun @panjiramdanaofficial, dan mengumpulkan beberapa dokumentasi lainnya juga yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, menerangkan, mencatat, dan menghubungkan dengan objek penelitian yaitu foto yang di unggah akun *Instagram* @panjiramdanaofficial.

### **2. Observasi**

Metode observasi adalah suatu proses penulisan pola subjek, objek atau suatu kejadian yang sistematis tanpa diperlukan pertanyaan



atau komunikasi dengan individu-individu yang sedang diteliti (Sopiah, 2010).

Observasi dapat dilakukan dengan indra pendengaran, penciuman, penglihatan, pengecapan, dan perabaan. Observasi disebut juga pengamatan langsung, maksudnya penelitian observasi dapat dilakukan menggunakan kuesioner, teks, gambar, rekaman gambar, dan juga rekaman suara.

### **3. Angket (*Questioner*)**

Angket merupakan deretan pertanyaan-pertanyaan yang disusun oleh peneliti dan diberikan kepada responden. Dalam membuat angket harus disusun berdasar kepada kaidah yang sudah ada mengenai angket, contohnya : bahasa yang dipakai harus jelas, singkat tidak bertele-tele, sederhana, dan menghindari kata atau istilah yang mempunyai makna lebih dari satu, menghindari responden terhadap jawaban yang lain, dan hal-hal lain yang harus diperhatikan dalam pembuatan angket (Sadiah, 2015).

## **7. Validitas dan Reliabilitas**

Validitas dikatakan sebagai kualitas suatu hasil penelitian yang menjadikan seseorang untuk meyakini bahwasanya fakta-fakta yang tersaji tidak dapat di tentang. Is mengukur apa yang di desain untuk mengukur dan kita beranggapan analisis isi valid berdasarka atas dasar pembuktian.

Adapun validitas dibagi menjadi lima bagian : validitas muka (*face validity*), validitas konstruk (*construct validity*), validitas kecocokan (*concurrent validity*), ), validitas isi (*content validity*), validitas prediktif (*predictiv validity*. Kelima validitas ini dibagi kedalam tiga bagian besar, diantaranya :

- a. Validitas data (*data oriented*) yang merepresentasikan informasi yang melekat di dalam dan berasosiasi dengan data yang tersedia.
- b. Validitas hasil (*product oriented*) yang menilai dengan menunjukkan bahwa hasil-hasilnya berkorelasi atau sesuai dengan yang dihasilkannya.
- c. Validitas proses (*process oriented*) yang menilai dan merepresentasikan relas-relasi yang ada dalam data, misalnya mengenai kosep, teori, atau model yang telah diakui (Eriyanto, 2011).

Reabilitas menurut Kaplan dan goldsen adalah data-data yang dihasilkan secara *independen* dari sebuah peristiwa instrument atau orang yang mengukurnya dan data yang tetap konsisten dalam menggunakan seluruh jenis pengukuran. Reliabilitas melihat apakah pengukuran akan menghasilkan pengukurang yang sama ketika dilakukan oleh orang yang berbeda. Didalam reabilitas terdapat penilai yaiu (koder) sebanyak dua orang.

Jenis-jenis reabilitas menurut krippendoft :

- a. Stabilitas (*stability*) adalah derajat sejauh mana suatu alat ukur mendapatkan hasil yang tidak berbeda atau tidak mengalami perubahan sepanjang waktu. Reliabilitas stabilitas sering disebut sebagai *intracoder stability*.
- b. Reprodusibilitas (*reproducibility*) merupakan sejauh mana semua alat ukur dapat menghasilkan temuan yang sama dengan berbagai keadaan yang tidak sama, keadaan yang tidak sama, lokasi yang tidak sama, dan pengkoder yang tidak sama pula. Reliabilitas stabilitas sering disebut sebagai *intercoder reliability*.
- c. Akurasi (*accuracy*) merupakan sejauh mana alat ukur menghasilkan hasil yang sama dengan standar yang sudah dikenal, atau menghasilkan apa yang memang telah dituntut untuk dihasilkan.

Dalam penelitian analisis ini penulis menggunakan rumus atau formula dari Holsti untuk membuat ukuran terhadap reliabilitas antar coder atau interkoding. Formula Holsti ini digunakan untuk mencari presentase persetujuan seberapa besar presentase dalam persamaanya antara coder ketika memberikan penilaian terhadap suatu isi.

Dibawah formula Holsti:

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan :

$M$  = Jumlah coding yang sama (disetujui oleh masing-masing coder).

$N_1$  = Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1.

$N_2$  = Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2. (Eriyanto, 2011).

Dalam formula Holsti, angka reliabilitas terkecil yang masih memiliki toleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, jika hasil perhitungannya memberikan nilai atau angka reliabilitas diatas 0,7 atau 70% maka dapat dikatakan bahwasanya alat ukur ini sangat reliabel.

## 8. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman mengatakan bahwa kegiatan dalam analisis data deskriptif melalui tiga tahap yaitu : 1) reduksi data (*data reduction*), 2) penyajian data (*data display*), 3) penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*) (Sugiono, 2007).

### a) Reduksi Data

Reduksi data ialah membuat ringkasan, memilih bahan-bahan utama, terfokus terhadap hal-hal penting, dan menemukan pola dan tema. Oleh karena itu, penyusunan data akan dilakukan secara sistematis, karena data yang sudah dirangkum dapat memberikan gambaran yang jelas sehingga dapat memudahkan peneliti untuk melakukan dan mencari kumpulan data selanjutnya.

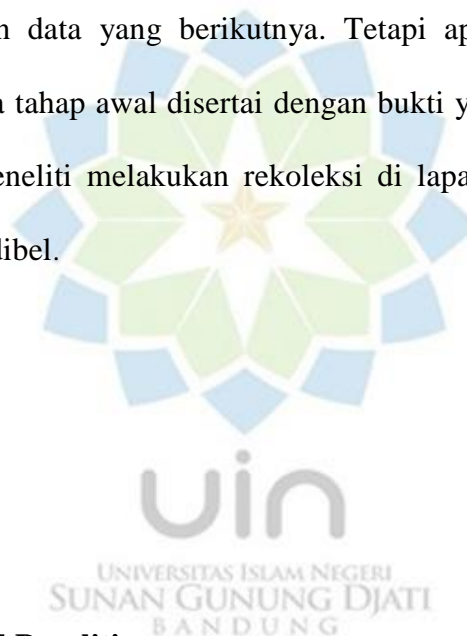
### b) Kategorisasi (*Display*)

Kategorisasi data ialah mengategorikan kepada satuan-satuan analisis berdasarkan pada fokus dan permasalahan yang diteliti, atau data yang

bertumpuk yang sukar melihat gambaran keseluruhan untuk mengambil kesimpulan yang tepat. Maka dari itu untuk memudahkan peneliti membuat berbagai macam matriks, grafik, network dan charts.

### 3) Menarik kesimpulan

Kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal bersifat sementara, tetapi dapat berubah jika kurangnya bukti pendukung pada tahap pengumpulan data yang berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang diambil pada tahap awal disertai dengan bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti melakukan rekoleksi di lapangan maka kesimpulan tersebut kredibel.



## I. Rencana Jadwal Penelitian

Adapun rencana jadwal penelitian dimulai dari bulan Januari 2021 sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian.**

No	Nama Kegiatan	Waktu
1.	Mengamati Objek Penelitian	Januari 2021
2.	Memilih Masalah Judul Penelitian	Februari 2021
3.	Bimbingan Proposal Skripsi	Maret 2020

4.	Pencarian dan Pengumpulan Data	April 2021
5.	Penulisan Data	Mei 2021
6.	Analisis Data	Juni 2021
7.	Penulisan Skripsi	Juli 2021
8.	Sidang Munaqosah	Agustus 2021

