

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah adalah ajakan untuk mengerjakan kebaikan dan menjauhi perbuatan yang buruk sesuai dengan firman Allah subhanahu wa ta'ala di dalam Al Qur'an dan tuntunan Rasulullah Shalallahu 'alaihi wasallam dalam hadits beliau. Dakwah sejatinya menjadi sebuah penawar racun dikala terdapat penyimpangan- penyimpangan yang ada di kehidupan sosial masyarakat. Dakwah juga dapat menjadi media penyampaian pola pemikiran seorang muslim kepada lawan bicara. sebagaimana firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala dalam (QS. Thaha [20] 43-44):

ادْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ (43) فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَىٰ (44)

Artinya:” 43. Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya Dia telah melampaui batas; 44. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.

Ayat di atas menjadi pedoman bahwa dakwah wajib dilakukan setiap orang untuk mengajak manusia ke suatu jalan yang benar menurut islam dengan cara hikmah yaitu bijaksana. Dakwah juga tidak terlepas dari proses komunikasi, dimana di dalamnya ada komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan timbal balik. Media yang digunakan dalam berdakwah juga turut mengikuti perkembangan zaman. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informasi, saat ini Indonesia memiliki 191 juta orang yang menggunakan internet dan 99,16% populasi adalah pengguna media sosial. Rata-rata pengguna media sosial aktif di Indonesia ini berasal dari kalangan muda (13-18 tahun) yang hampir memiliki akun disetiap media sosial, salah satunya adalah instagram.

Media sosial instagram kini tidak hanya dijadikan sebagai sarana berbagi moment saja, namun juga dapat dijadikan media dalam berdakwah. Ini dapat dilihat dari kecondongan masyarakat yang kurang tertarik mendatangi mejelis majelis ilmu yang diselenggarakan masyarakat kini cenderung pada perilaku yang serba instan. Perilaku ini memperngaruhi metode dakwah, dimana dakwah yang disampaikan kini menggunakan sarana yang lebih kekininan, contohnya pada akun Taklimassunnah. Akun ini memiliki jumlah follower yang cukup banyak. Jumlah follower pada 18 Januari 2023 kurang lebih 21.000 . Baik yang memiliki intensitas keaktifan tinggi maupun rendah.

Follower akun ini juga rata-rata dari kalangan muda, dimana mayoritas pengguna Instagram sendiri juga berasal dari kalangan muda. Postingan akun ini didominasi oleh postingan yang berisi nasehat, pesan- pesan akhlak seorang muslim dan muslimah, doa sehari-hari, syariat islam, keimanan dan lain-lain.

Selain itu akun ini juga memiliki desain grafik yang unik dan menyertakan tulisan pendek pada caption di setiap postingnya. Isinya terkait dengan dalil-dalil dari Al Qur'an dan hadits untuk menjelaskan lebih dalam terkait gambar dakwah yang diunggah Untuk postingan akun ini juga mendapat cukup banyak likes dari followers, mulai dari 1000 likes hingga 20.000 likes. Tidak hanya itu, postingan akun ini juga mendapat respon baik, ini dapat dilihat dari fitur comments pada postingan dakwah yang diupload akun ini.

Waktu antara postingan satu dengan yang lain juga memiliki rentang waktuposting 1 hingga 7hari. Saat ini akun Taklimassunnah sudah memposting sebanyak 408 postingan semenjak postingan pertama kali pada tanggal 30 November 2018. Perbedaan akun Taklimassunnah ini dengan akun-akun dakwah lainnya yaitu dari nilai dari isi postingan mereka ,dan juga postingan yang syarat dengan ilmu pengetahuan tanpa dicampuri konten lain seperti jadwal kajian, jual-beli pakian muslim, dan lain-lain.

Fenomena dakwah di Instagram memunculkan pertanyaan tentang efektivitas Instagram sebagai media dakwah. Dilansir dari detikInet, terdapat sejumlah komunitas hijrah di berbagai wilayah Indonesia yang memanfaatkan media sosial Instagram (Haryanto, 2017). Hal ini dilihat dari banyak ditemukannya kampanye gerakan hijrah di Instagram. Berdasarkan pengamatan peneliti pada tanggal 22 Januari 2023, ditemukan 13,2JT postingan tentang topik hijrah dengan tagar #hijrah. Hal ini menandakan bahwa tidak sedikit anak muda yang mempelajari agama melalui media sosial, salah satunya melalui Instagram. Akan tetapi, maraknya #hijrah di Instagram belum cukup untuk mengindikasikan berhasilnya dakwah. Fenomena hijrah di Instagram tidak menjamin adanya perubahan pada diriseseorang.

Disaat-saat menurunnya kualitas kesadaran agama masyarakat, ada dari sebagian masyarakat yang masih berusaha untuk meningkatkan pengetahuan agama mereka. Baik dengan cara tradisional (menghadiri majelis ilmu) atau juga dengan cara modern (mengakses dakwah langsung menggunakan gadget). Berdakwah melalui media tentunya memiliki pro dan kontra serta kendala yang mengikutinya, Dalam konteks berdakwah tentunya memiliki tujuan, bahwa penerima informasi harus paham mengenai isi dan konteks yang tersedia. Instagram @taklimassunnah menyajikan informasi dakwah mengenai sunnah-sunnah yang baik untuk kita ikutin di kehidupan sehari-hari. Namun, tak ayal jika dalam penerimaan informasi dakwah sering sekali menimbulkan ketidakpahaman bagi penerima informasi, yakni pengguna instagram untuk memahaminya.

. Kendati demikian, menarik peneliti untuk melakukan penelitian guna menjawab permasalahan mengenai bagaimana efektivitas dakwah yang dilakukan melalui media sosial yakni Instagram terhadap pemahaman agama bagi pengguna instagram dan followers akun instagram @taklimassunnah. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul **“Efektivitas Dakwah Dengan Akun Instagram @taklimassunnah Terhadap Pemahaman Agama Followers”**.

B . Fokus Penelitian

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang ingin diketahui ialah 1.

1. Bagaimana efektivitas dakwah dengan media akun instagram @taklimassunnah terhadap pemahaman agama followers?
2. Bagaimana respon followers dari akun instagram @taklimassunnah dalam memahami kajian dakwah tersebut?
3. Bagaimana cara followers memahami isi dengan akun instagram @taklimassunnah?

C. Tujuan Penelitian

1. Sesuai dengan rumusan masalah yang sudah ditentukan, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas dakwah dengan media akun instagram @taklimassunnah terhadap pemahaman agama followers.
2. Untuk mengetahui respon followers dari akun instagram @taklimassunnah dalam memahami kajian dakwah tersebut.
3. Untuk mengetahui cara followers memahami isi dari akun instagram @taklimassunnah.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini ialah untuk memberikan manfaat kepada masyarakat islam tentang pesan dakwah yang efektif di instagram untuk meningkatkan pengetahuan agama followers. Adapun manfaat teoritis dan manfaat praktisnya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk memberikan referensi kepada masyarakat awam, akademisi, dan para praktisi dakwah dalam menyampaikan pesan dakwah khususnya mengenai efek terpaan media Instagram dalam perubahan kognitif yaitu pengetahuan agama

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat, untuk memperluas jaringan media atau prasarana ilmu pengetahuan tentang agama islam di media sosial khususnya instagram dan sebagai pengetahuan dan memberi pemahaman tentang kegunaan media sosial sebagai sarana untuk mencari informasi atau pengetahuan tentang islam.
- b. Bagi pendakwah, sebagai sarana masukan dan pengetahuan kepada pendakwah. Ini menjadikan para pendakwah dapat dengan mudah menentukan strategi dan metode seperti apa yang harus digunakan secara efektif dan actual. Ini juga dapat menjadi tolak ukur keefektifan terpaan pesan dakwah dalam meningkatkan pengetahuan agama followers.
- c. Bagi penulis, sebagai wadah memperluas wawasan ilmu agama terkait dengan perancangan dan penyampaian terpaan pesan dakwah, baik itu dari segi kebaikan maupun keburukan

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Pada penelitian mengenai efektifitas terpaan dakwah juga tidak luput dari beberapa penelitian yang telah digunakan selanjutnya. Di bawah ini terdapat dari hasil penelitian sebagai berikut :

2. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rifni Rizqi Nurul Aliyati dengan judul “INSTAGRAM @PENDOSAHEBAT.ID”. Penelitian ini juga menggunakan penelitian studi deskriptif kualitatif. Hasil kesimpulan dari penelitian sebelumnya adalah.
3. Penelitian yang telah dilakukan oleh Vellyana Paraswati judul “Dimensi Dakwah Melalui Media Instagram (Analisis Isi Videogram pada Akun Instagram @fuadbakh”.Penelitian ini menggunakan studi deskriptif kuantitatif.
4. Penelitian yang telah dilakukan oleh Fifit Difika yang berjudul “Dakwah Melalui Instagram” yang mana objek penelitiannya tersebut adalah akun instagram Yusuf Mansur , Felix Siauw , Aa Gym , Arifin Ilham dengan analisis studi materi dakwah .
5. Penelitian yang telah dilakukan oleh Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana dengan judul “ Efektivitas Dakwah Instagram” yang mana objek penelitiannya Instagram dari @pemudahijrah.Penelitian ini menggunakan metodekualitatif eksplanatif.
6. Penelitian yang telah dilakukan oleh Tafsiruddin dengan judul “Efektivitas Dakwah Di Era Digital” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan diskriptif , sehingga peneliti dapat melakukan pengumpulan data dengan cara observasi dan pengamatan pada tempat dan ruang dimana penelitian dilakukan.

Table.1

1.	Nama Penelitian	Rifni Rizqi Nurul Aliyati
	Universitas	UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

	Judul Penelitian	@PENDOSAHEBAT.ID
	Tahun	2019
	Kesimpulan	Akidah,syariah,dan akhlak
2.	Nama Penelitian	Vellyana Paraswati
	Universitas	UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
	Judul Penelitian	Dimensi dakwah melalui instagram @fuadbakh
	Tahun	2018
	Kesimpulan	Menyajikan berbagai videogram berisi tentang pesan dakwah,video disajikan dengan latar drama korea yang dikombinasikan dengan hal yang mengandung unsur-unsur dakwah dalam konten video atau captin
3.	Nama Penelitian	Fifit Difika
	Universitas	UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
	Judul Penelitian	Dakwah melalui instagram
	Tahun	2019
	Kesimpulan	Mengandung materi dakwah dan nilai-nilai keagamaan yang mana terkait akidah,akhlak,social,dan amal ma'ruf.Dalam instagram dai tersebut pesan-pesan kearifan dalam pencitraan dakwah .Seperti dalam

		instragram Yusuf Mansur mengenai ketuhanan, ikhtiar dan tolong-menolong
4.	Nama Penelitian	Febri Nurahmi dan Puteri Farabuana
	Universitas	UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
	Judul Penelitian	Efektivitas dakwah instragram
	Tahun	2018
	Kesimpulan	Pembelajaran meliputi empat tahap yang terdiri dari atensi(perhatian), retensi(mengingat), dan reproduksi motorik(gerak) dan motivasi dalam hal ini informan melakukan observational learning terhadap video di akun instragram pemuda hijrah
5.	Nama Penelitian	Tafsiruddin
	Universitas	IAIN KENDARI
	Judul Penelitian	Efektivitas Dakwah di Era Digital
	Tahun	2018
	Kesimpulan	a. Dakwah merupakan usaha para Muballigh dalam mengimplementasikan dan

		<p>menyebarkan ajaran islam dalam aspek kehidupan manusia.</p> <p>b. Dakwah di era digital akan menjadi efektif jika para da'inya mampu menggunakan media digital tersebut.</p> <p>c. Dakwah pada era digital memiliki peluang yang besar dan tepat sasaran dalam rangka menyebarkan ajaran islam.</p> <p>d. Berdakwah melalui internet dan media sosial seorang Da'i dapat melakukan dengan cara membuat jaringan website Islami, blog dan facebook tentang konten-konten islami yang bersifat dakwah.</p> <p>e. Era digital dan Era globalisasi sebenarnya akan menjadi peluang besar untuk kemajuan dakwah Islamiyah, dimana para muballigh dapat dengan mudah dalam menginformasikan tentang ajaran islam. Sumber rujukan referensi secara online saat ini mudah di akses dengan waktu segejap, hal ini sangat menunjang para da'i dalam memperkaya khasanah keislaman yang dapat dijadikan bekal</p>
--	--	---

		<p>dalam berdakwah.</p> <p>f. Kecanggihan teknologi digital, kecanggihan jaringan internet juga dapat di manfaatkan oleh para da'i dalam menerapkan strategi dakwah yang dapat terdokumentasi secara otomatis, sehingga sewaktu-waktu akan mudah untuk diakses kembali oleh para pembacanya.</p> <p>Dari semua tinjauan pustaka yang penulis gunakan sebagai perbandingan dengan penelitian ini semuanya meneliti mengenai media sosial instagram sebagai sarana dakwah, hanya saja objek kajian yang ditentukan berbeda – beda dan memiliki keunggulannya.</p>
--	--	---

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teori

Komunikasi terjadi karena pertukaran pesan antara satu orang dengan yang lainnya. Dalam melakukan komunikasi setidaknya ada tiga unsur yaitu individu atau kelompok yang terlibat, media yang digunakan, dan pesan yang Harold D Lasswell mengungkapkan bahwa komunikasi terdiri dari “*who, says what, in which channel, to whom, with what effect.*” (Deddy Mulyana, 2015: 147). Pada teori ini Lasswell menjelaskan unsur komunikasi terdiri dari *who* (siapa), *say what* (pesan yang akan

dianalisis), *in which channel* (media yang digunakan), *to whom* (penerima pesan), *with what effect* (efek dari pesan yang disampaikan).

Pada umumnya, pesan bisa berbentuk verbal dan non verbal (Deddy Mulyana, 2010: 70). Pesan verbal dilakukan diantara individu atau kelompok dengan menggunakan rangkaian kata atau kalimat. Sedangkan pesan non verbal dilakukan menggunakan bahasa atau kode yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, sehingga pesan tersampaikan dengan baik. Pesan yang disampaikan berisikan suatu ilmu pengetahuan, informasi atau hiburan.

Suatu pesan memiliki simbol atau tanda. Dalam penerimaan pesan membutuhkan suatu proses untuk memfokuskan pikiran dan perasaan pada simbol tertentu dan menerjemahkan pesan yang diterima. Menerjemahkan pesan yang diterima disusun secara baik agar pesan yang diterima akan memiliki makna yang baik.

Penyampaian pesan dilakukan dengan menemukan ide pokok dan mendefinisikannya. Ide pokok yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan penerima pesan dan menentukan tujuan dari ide tersebut. Setelah ide tersebut ditemukan tujuannya, ide pokok tersebut diseleksi supaya penyampaiannya sesuai dengan isi pesan tersebut.

Penyusunan pesan yang runtun akan memudahkan penerima pesan mengartikan pesan yang diterima. Onong Uchjana Effendy (2005:38) mengurutkan penyusunan pesan, yaitu:

- a. Deduktif, pesan diurutkan dengan penyusunan gagasan utama terlebih dahulu, selanjutnya menjelaskan dengan keterangan dan bukti.
- b. Induktif, pesan diurutkan dari keterangan yang rinci selanjutnya disimpulkan.
- c. Urutan kronologis, pesan disampaikan sesuai dengan urutan kejadian yang terjadi.
- d. Urutan logis, pesan disampaikan sesuai dengan sebab akibat atau sebaliknya.
- e. Urutan spasial, pesan yang disampaikan disusun berdasarkan tempat.

- f. Urutan topikal, penyampaian pesan sesuai dengan topik yang sedang dibicarakan.

Dengan disusunnya pesan dengan baik kepada penerima, akan mengoptimalkan media yang digunakan. Pesan yang diterima akan mudah mempengaruhi penerima untuk *melakukan* isi dari pesan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

2. Kerangka Konseptual

a. Efektivitas

Keberhasilan suatu tujuan diukur juga oleh konsep efektivitas, apa yang di maksud dengan efektivitas, terdapat perbedaan pendapat di antara yang menggunakannya, baik di kalangan akademisi maupun praktisi. “efektivitas adalah suatu keadaan yang mengandung pengertian mengenai terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki. Kata efektif berarti terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki dalam suatu perbuatan. Setiap pekerjaan yang efektif belum tentu efisien, karena hasil dapat tercapai tetapi mungkin dengan penghamburan pikiran, tenaga, waktu, uang atau benda”.

Menurut Pasolong (2007:9) dalam Febriani (2017:24), efektivitas berasal dari kata “efek” dan digunakan istilah ini dalam sebuah hubungan sebab akibat. Efektivitas dapat dipandang sebagai sebab dari variabel lain. Efektivitas berarti tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau dengan kata sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan.

Efektivitas secara umum, adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang di ukur kualitas, kuantitas, dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Ada juga yang menjelaskan arti efektivitas adalah suatu tingkat keberhasilan yang dihasilkan oleh seseorang atau organisasi dengan cara tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Dengan kata lain, semakin banyak rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap efektif.

b. Dakwah

Mengutip pendapat Tata Sukayat dalam bukunya Ilmu Dakwah menjelaskan pengertian dakwah perspektif para ulama. Menurut Ibnu Taimiyyah dakwah merupakan sebuah seruan kepada al-Islam dengan tujuan beriman kepada Allah dan kepada ajaran yang telah mereka sampaikan, membenarkan dan menyampaikan berita atau ajaran yang telah mereka sampaikan juga menaati seluruh perintah-Nya. (Sukayat, 2015).

Dakwah adalah denyut nadi Islam yang mana berbentuk sebuah kegiatan peningkatan iman menurut syari'at Islam. Dakwah juga sebuah proses yang memiliki banyak metode dan cara untuk dapat disampaikan dan diterima oleh umat.

c. Pemahaman agama

Kesempurnaan ajaran Islam bukan sekedar penilaian subyektif, melainkan diakui secara obyektif oleh para cendikiawan non muslim, seperti yang dinyatakan oleh V.N.D. Dean bahwa "Islam is complete integration of religion, political system, way of life and interpretation of history", Islam adalah perbedaan yang sempurna antara agama, sistem politik, pandangan hidup serta penafsiran sejarah. Allah SWT juga berfirman pada Q.S. Al-Ma'idah ayat 3 yang Artinya : "Pada hari ini Aku telah sempurnakan bagi kalian agama kalian, dan Aku telah cukupkan nikmat-Ku atas kalian dan Aku pun telah ridha Islam menjadi agama bagi kalian." (Q.S. Al-Ma'idah : 3).

Agama Islam yang kandungan ajarannya sangat sempurna tetapi tidak berbelit-belit itu ditegakkan di atas tiga pilar utama. Dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Umar bin Khatab r.a Rasulullah saw diterangkan bahwa ajaran Islam memuat tiga ajaran dasar, yaitu Iman, Ikhsan, dan Islam. Ketiga ajaran ini pada hakekatnya merupakan satu kesatuan yang bulat dan utuh, yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya.

KH Anwar Musadad dalam menggambarkan padunya ketiga ajaran Islam di atas diumpamakan semisal pohon yang tumbuh teramat subur dengan buahnya yang sangat lebat. Pohon seperti ini jelas pohon yang menemukan tanah yang cocok, dan tumbuh dengan kokoh

karena akarnya menghunjam ke segala penjuru. Turusnya tampak sehat dan kuat tak tergoyahkan oleh hembusan angin puyuh, dan rantingnya merimbun lebat dengan buah yang lezat, terasa teduh bagi siapapun yang bernaung di bawahnya. Kalau Iman semisal akarnya dan tauhid sebagai akar penunjangnya, maka Islam semisal batang, dahan, dan rantingnya dan Ihsan serupa dengan buahnya.

Masalah iman memuat ajaran-ajaran pokok yang bertalian dengan persoalan keyakinan bathin beragama, antara lain beriman secara benar kepada Allah, hari akhir, malaikat, Nabi dan Rasul-Nya, kitab suci serta taqdir dan qadla'-Nya. Sedangkan yang dimaksud dengan Islam dalam hadist riwayat Umar bin Khatab di atas bukan Islam dalam pengertian ad-die:n atau agama, tetapi lebih menunjuk pada pengertian ibadah. Masalah ibadah memuat persoalan yang berhubungan dengan aturan dan tata cara yang mengatur bagaimana seseorang hamba menghubungkan dirinya dengan Tuhan, bagaimana cara-caranya mendekatkan diri (taqarrub) kepada Nya. Ajaran yang bersangkutan dengan masalah ini antara lain seperti aturan seputar masalah thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji.

Secara keseluruhan, ajaran Islam sangat menekankan masalah kebagusan dan kesucian bathin atau ihsan, baik sikap batin dalam rangka usaha menghubungkan dirinya kepada Allah, kesucian batin dalam hubungannya dengan pergaulan sesama manusia, kesucian batin dengan dirinya sendiri ataupun kesucian batin dalam hubungannya dengan lingkungan sekitar.

d. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Instagram menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp (Statista, 2018). Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto atau video singkat dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, tak terkecuali para pendakwah (Suharto, 2020; Zakariya & Mohamad, 2013). 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.

Maka dakwah menggunakan Instagram itu hal yang baik yang harus dicoba karena zaman sudah berubah generasi sekarang cenderung lebih menyukai konten dalam bentuk visual atau audio visual. Dan Instagram menjadi wadah yang tepat karena Instagram menyediakan konten dalam bentuk visual dan audio visual.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek Penelitian ini dilakukan terhadap foto yang diunggah oleh akun Instagram @taklimassunnah. Hal yang membuat peneliti tertarik meneliti akun ini karena dari nasihat indah dari akun @taklimassunnah, mungkin orang yang tidak melihat profil dan unggahannya akan menganggap itu bukan akun yang berisikan pesan-pesan dakwah, lalu dari unggahannya sendiri yang menurut peneliti sangat dekat dengan kehidupan saat ini terutama kehidupan remaja yang memang menjadi sasaran dakwahnya dan juga dari keindahan foto latar dan kata-katanya yang saling berkesinambungan.

2. Metode Penelitian

Metode adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu penelitian sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek/objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan data-data yang ada atau sebagaimana adanya. (Nanawi, 2001: 68).

Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti menganalisis data yang berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah

wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, memo dan dokumen resmi lainnya.

(Moleong, 2010:11)

Tujuan utama penelitian kualitatif yaitu membuat sebuah fakta yang mudah dipahami dan jika memungkinkan bisa membuat hipotesis baru. Metode kualitatif tidak menolak angka dan menggunakan teknik statistik untuk penyajian angka dan analisis (Mubarok: 2014).

3. Penentuan Jenis Data

Jenis data yang dipakai peneliti adalah penelitian kualitatif, karena peneliti meneliti tentang efektivitas dakwahnya yang akan diuraikan dengan kata- kata bukan dengan angka. Penelitian ini lebih mudah menggunakan penelitian kualitatif dimana pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan data-data yang ada.

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data, yaitu data primer dan datasekunder.

a. Sumber data primer

Data primer peneliti ambil dari objeknya langsung, yaitu unggahan foto quote yang diunggah akun instagram @taklimassunnah edisi bulan Januari Tahun 2023 dan dari followers akun instagram @taklimassunnah

b. Sumber data sekunder

Data sekunder, data pendukung yang diambil dari buku, majalah dan situs-situs yang berhubungan dengan penelitian ini dan pengikut akun instagram @taklimassunnah.

5. Tehnik Pengumpulan Data

C. Observasi

Observasi merupakan catatan yang sistematis terhadap data yang diteliti (Sa'diah, 2015). Pengamatan bermaksud mengumpulkan fakta, yaitu mengumpulkan pernyataan-pernyataan yang merupakan deskripsi, penggambaran dari kenyataan yang menjadi perhatiannya (Bachtiar, 1997: 78). Observasi ini akan dilaksanakan dengan cara mengamati langsung dan intensif setiap unggah yang diunggah akun @taklimassunnah pada bulan Januari 2023.

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dalam bentuk dokumen. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu melalui aplikasi Instagram dengan cara mengumpulkan beberapa foto yang ada di akun Instagram @pendosahebat.id. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan semua dokumen yang diunggah akun @taklimassunnah periode bulan Januari 2023.

b. Wawancara

Teknik wawancara ini dengan mengelola data dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung kepada narasumber. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pengelola akun @taklimassunnah melalui Direct Message Instagram. Proses ini diperlukan peneliti untuk menggali informasi tentang akun Instagram @taklimassunnah tersebut.

6. Teknik Penentuan Keabsahan

Teknik penentuan keabsahan adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini dilakukan

dengan rutin mendengarkan jawaban wawancara dari informan melalui Direct Message Instagram.

7. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menemukan jawaban atas apa yang sudah dipertanyakan di dalam rumusan masalah. Informasi dan data perlu diolah terlebih dahulu agar dapat menjadi jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penelitian. Langkah-langkah operasional analisis deskriptif, yaitu sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data, yaitu mengumpulkan semua data yang diperoleh dari sumber pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian
- b. Mengolah data dengan memilih data yang berhubungan dengan masalah dari penelitian ini
- c. Mengklasifikasi data. Setelah data dikumpulkan dan dipilih sesuai dengan masalah dari penelitian ini, lalu peneliti akan mengklasifikasikannya sesuai dengan permasalahan dari penelitian ini, yaitu mengklasifikasi penyajian pesan dakwah informasi, persuasi, dan koersif.

Penarikan kesimpulan. Melalui informasi tersebut peneliti dapat melihat apa yang telah ditelitinya dan menentukan kesimpulan yang benar sebagai objek penelitiannya.