



**METODE DAKWAH DI MEDIA SOSIAL ANALISIS
EKTIFITAS DAKWAH USTADZ HANAN
ATTAKI DI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar sarjana Sosial (S.sos)

Oleh:

KARMLA
NIM. 170208009

Pembimbing:

1. Faridah S.Kom.I.,M.Sos.I
2. Muhlis S.Kom.I., M.Sos.I

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
MUHAMMADIYAH SINJAI
TAHUN 2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Karmila
NIM : 170208009
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan / karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini di buat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pertanyaan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 13 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,

KARMILA
NIM: 170208009

PENGESAHAN SKRIPSI

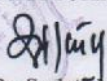
Skrripsi berjudul Metode Dakwah di Media Sosial Analisis Efektifitas Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram, yang ditulis oleh Karmila Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 170208009, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 13 Agustus 2021 M bertepatan dengan 04 Muharram 1443 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Ismail, M.Pd.	Sekretaris	(.....)
Dr. Rahmatullah, M.A.	Penguji I	(.....)
Sudirman, S.Pd.I., M.Pd.	Penguji II	(.....)
Faridah, S.Kom.I., M.Sos.I	Pembimbing I	(.....)
Muhlis S.Kom.I., M.Sos.I	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui,
Dekan FUKIS IAIM Sinjai




Dr. Suriati, M.Sos.I.
NBM, 948 500

ABSTRAK

Karmila, metode dakwah di media sosial analisis efektivitas dakwah Ustadz Hanan Attaki di instagram. Skripsi. Sinjai: Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAI Muhammadiyah Sinjai, 2021. Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk Mengetahui dan Mendeskripsikan Metode Dakwah di Media Sosial. (2) Untuk Mengetahui dan Mendeskripsikan Metode Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram. Penelitian ini termasuk dalam penelitian Fenomenologi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Subyek dari penelitian ini adalah Ustadz Hanan Attaki. objek dari penelitian ini adalah metode dakwah ustadz Hanan Attaki di Instagram Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis datanya menggunakan reduksi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam metode dakwah di media sosial Facebook berupa metode Mauizhah,, Menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menyentuh hati dan memberikan nasihat-nasihat islam, YouTube berupa metode Mauizhah,, berdakwah dengan memberikan Nasihat baik, bimbingan dan peringatan dan twitter berupa metode Hikmah, berdakwah dalam menjalankan ajaran-ajaran islam dengan memperhatikan situasi dan kondisi dakwah yang mudah dipahami menjalankan pesan dakwah.

Kata kunci: Metode Dakwah di Media Sosial Ustadz Hanan Attaki

ABSTRACT

Karmila, Da'wah Methods on Social Media, An Analysis of the Effectiveness of Ustadz Hanan Attaki's Da'wah on Instagram. Thesis. Sinjai: Islamic Broadcasting Communication Study Program, Faculty of Ushuluddin and Islamic Communication IAI Muhammadiyah Sinjai, 2021. This research aims: (1) To identify and describe Da'wah Methods on Social Media. (2) To find out and describe Ustadz Hanan Attaki's Da'wah Method on Instagram. This research was phenomenological research using a qualitative approach. The subject of this research was Ustadz Hanan Attaki. The object of this research is the preaching method of Ustadz Hanan Attaki on Instagram. The method of data collection is by observation and documentation. While the data analysis using data reduction. The results of the study show that the da'wah method on Facebook social media is in the form of the *Mauizhah* method, namely conveying Islamic teachings in a way that touches the heart and gives Islamic advice, YouTube is in the form of the *Mauizhah* method, preaching by giving good advice, guidance and warnings. While on Twitter, it is in the form of the Wisdom method, namely preaching in carrying out Islamic teachings by paying attention to the situations and conditions of da'wah that are easy to understand carrying out da'wah messages.

Keywords: Da'wah Methods on Ustadz Hanan Attaki's Social Media

المستخلص

كيفية، طرق الدعوة على مواقع التواصل الاجتماعي، تحليل فاعلية دعوة الأستاذ حنان عطاكي على إنستغرام. بحث جامعي. سنجالي: قسم الاتصالات الإذاعية الإسلامية، كلية أصول الدين والاتصالات الإسلامية جامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ٢٠٢١. يهدف هذا البحث إلى: (١) التعرف على طرق الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي ووصفها. (٢) لمعرفة ووصف طريقة الأستاذ حنان عطاكي في الدعوة على إنستغرام. كان هذا البحث بحث ظاهري باستخدام منهج نوعي. موضوع هذا البحث الأستاذ حنان عطاكي. الهدف من هذا البحث هو طريقة عطاكي الأستاذة حنان عطاكي على إنستغرام. طريقة جمع البيانات عن طريق الملاحظة والتوثيق. بينما يتم تحليل البيانات باستخدام تقليل البيانات. أظهرت نتائج الدراسة أن طريقة الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي على فيسبوك هي على شكل طريقة المؤيزة، أي إيصال التعاليم الإسلامية بطريقة تلامس القلب وتعطي نصائح إسلامية، ويؤتيب على شكل طريقة المؤيزة. والوعظ بإعطاء النصح والإرشاد والإنذارات الحسنة. أما على تويتر، فهو في شكل منهج الحكمة، أي الوعظ في تنفيذ التعاليم الإسلامية من خلال الاهتمام بأوضاع وشروط الدعوة التي يسهل فهمها أثناء تنفيذ رسائل الدعوة.

الكلمات الأساسية: طرق الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي للأستاذة حنان عطاكي

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah atas berkah dan karunia Allah SWT, sehingga skripsi yang berjudul “Metode Dakwah di Media Sosial Analisis Efektivitas Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram” dapat penulis selesaikan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar akademik sarjana Komunikasi pada Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.

Dalam proses pembuatan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan arahan yang tulus dan ikhlas dan penuh kesabaran dari Ibu Faridah S.Kom.I. M.Sos.I. selaku pembimbing satu 1 dan bapak Muhlis S.Kom.I., M.Sos.I. selaku pembimbing 2. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah SWT memberikan perlindungan, Kesehatan dan pahala yang berlipat ganda atas segala kebaikan yang telah dicurahkan kepada penulis selama ini.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimah kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta saya, Ayahanda Abd. Karim dan Ibunda Nijwana yang selalu memberikan Do’a, dukungan

serta motivasi. Terimakasih untuk segala pengorbanan yang tidak ternilai.

2. Bapak Dr.Firdaus,M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
3. Bapak Dr.Ismail,.M.pd. selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
4. Bapak Dr.Hardianto Rahman, M.Pd. selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
5. Bapak Dr. Muh. Anis, M.Hum. selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
6. Ibu Suriati,S,Ag.M,Sos.I.,selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Komunikasi Islam
7. Ibu Faridah S,Kom,I,M,Sos,I.selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam dan sekaligus pembimbing I
8. Bapak Muhlis.S.Kom.I., M.Sos.I. selaku Dosen pembimbing II
9. Dosen dan Staf Fakultas Ushuluddin Dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
10. Seluruh Teman-teman Fakultas Ushuluddin Dan Komunikasi Islam angkatan 2017, terkhusus bagi teman-teman Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan masukan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi.

Dengan segala keterbatasan penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki kekurangan yang ada.

Sinjai, 13 Agustus 2022

KARMILA

NIM. 170208009

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Pustaka	9
1.Tinjauan Tentang Metode Dakwah	9
2.Konsep Tentang Media Sosial.....	12
3.Instagram sebagai Media Sosial	14
B. Hasil Penelitian yang Relevan	14

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Definisi Oprasional.....	37
C. Tempat dan Waktu Penelitian	38
D. Subjek dan Objek Penelitian	38
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Instrumen Penelitian	40
G. Keabsahan Data.....	41
H. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
1. Biografi Ustadz Hanan Attaki.....	47
2. Profil Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki ...	53
B. Hasil Dan Pembahasan	56
1. Metode Dakwah di Media Sosial.....	56
2. Metode Dakwah Ustadz Hanan Attaki di	
Instagram.....	59
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. SARAN	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Metode dari segi bahasa berasal dari dua kata yaitu “Meta” (melalui) dan “Hodos” (jalan datar). Dengan demikian kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai tujuan. Dakwah berasal dari bahasa Arab yang merupakan Masdar dari *fi’il* (kata kerja) *da’a*, *yad’u*, *da’watan* yang mempunyai arti ajakan, menyeru, memanggil. Orang yang melakukannya disebut *da’i*. Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas.

Metode dakwah adalah cara atau jalan yang dipergunakan oleh *da’i* untuk menyampaikan materi dakwah agar mencapai tujuan dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan dakwah mudah di terima. Cukup banyak metode atau strategi

yang telah dipraktikan oleh para *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Dakwah dapat disampaikan melalui berbagai cara dan berbagai media. Salah satu diantaranya adalah melalui media sosial. dijamin sekarang media sosial telah menjadi fenomena yang semakin menglobal dan mengakar. (Aditya Nugroho, 2015).

Media sosial adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. (Mutiawati 2018).z

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagai foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan *filter* digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. *Instagram story* merupakan fitur baru yang diluncurkan oleh *instagram* pada agustus tahun 2016. Fitur ini sangat mirip dengan fitur *story* pada media sosial *snapchat* .

Berdasarkan pendapat tersebut maka dakwah melalui media sosial sangat dibutuhkan disaat sekarang era di gital karena bagi kalangan yang optimis, kehadiran media baru ini memberikan harapan dan menjanjikan akan lahirnya tatanan kehidupan baru yang lebih baik. Karena sejatinya media itu bersifat netral tergantung siap subjek dan untuk apa tujuan media itu digunakan. Sepanjang media itu digunakan untuk hal-hal yang positif dan konstruktif, justru akan memberikan kemanfaatan dan kemashalatan bagi kehidupan manusia.

Bukankan ajaran agama islam itu bersifat *rahmatan lil'alam*, menjadi rahmat bagi semesta alam? Maka dengan kehadiran media yang bersifat global menjadi peluang untuk menyebarkan nilai-nilai agama yang sejuk dan damai kepada seleruh penduduk dunia. Bahkan jadi akan terjadi sebaliknya, yakni agama menjadi kebutuhan dan sumber rujukan di tengah-tengah masyarakat modern yang mengalami kekeringan spritual.

Sebagaimana digambarkan oleh Sugiharto dalam Moch. Fakhruroji tentang kebangkitan agama di

era *postsekuler* berikut ini : abad ini dapat disebut postekuler dengan berbagai karakteristiknya.

Pada abad ini, agama dan spritualitas umumnya tampil kembali sebagai kebutuhan yang dianggap mendasar. Bukan karena mereka begitu menarik, melainkan lebih disebabkan oleh berbagai hal luaran, seperti ambruknya ideologi-ideologi raksasa, dirasakan dangkal, perkembangan mutakhir spekulasi ilmiah tentang intelegensia kosmik, dan kekosongan batin manusia sekuler yang semakin akut. Dalam konteks ini, kehadiran media baru seperti media sosial, dapat dijadikan tantangan dan peluang bagi pengembangan dakwah. karena sejatinya aktifitas dakwah dapat menyebarluaskan nilai-nilai ajaran islam ke seantero dunia dan dapat mentraformasi kehidupan umat manusia agar lebih baik sesuai dengan tuntunan ajaran agama.

Di sinilah pentingnya kehadiran media sebagai instrumen penting untuk kepentingan dakwah. dengan bantuan media, aktifitas dakwah akan lebih akseleratif dan efektif guna menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada penduduk dunia. Bahkan lebih di era informasi ini, kata Marwah Daud Ibrahim (1994),

dakwah yang diharapkan dapat menjadi suluh atau penerang dengan fungsi-fungsi sebagai faktor pengimbang, penyaring, dan pemberi arah dalam hidup.

Sebagai pengimbang, dakwah diharapkan dapat berfungsi sebagai penyeimbang kehidupan yang dimegahkan oleh kenikmatan duniawi akibat kecanggihan teknologi dengan kehidupan spritual yang bersifat *ukhrawi* (keakhiratan). Sebagai penyaring, dakwah dapat membantu untuk menetapkan pilihan-pilihan nilai yang lebih manusiawi dan islami di keragaman gaya hidup yang boleh jadi menyesatkan. Sedangkan sebagai pengarah, dakwah diharapkan dapat membimbing manusia yang sesungguhnya di tengah disorientasi kehidupan umat manusia.(Rohman 2019).

Memang terdapat problem kultural dalam pengembangan dakwah melalui media di era digital seperti sekarang ini. Seperti disebutkan Asep Saeful Muhtadi (2012), bahwa di era *cyberspace* ini sekurangnya ada 3 agenda permasalahan untuk mengoptimalkan peran dakwah di masyarakat, yaitu: Pola- pola pengembangan dakwah yang selama ini dilakukan oleh juru dakwah baik secara individual atau

kelembagaan yang masih dominan konvensional.(Rohman 2019).

- a). Pesan- pesan yang disampaikan pada kesempatan dakwah masih dianggap banyak yang kurang relevan atau aktual.
- b).Pentingnya dirumuskan ulang suatu pendekatan alternatif dalam memperkenalkan islam secara komprehensif persuasif di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Adapun alasan memilih judul ini adalah sebagai berikut:

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sedang trend dan diminati oleh hampir kalangan baik remaja hingga orang remaja dewasa sehingga orang dewasa sehingga mengakibatkan pengguna (user) sangat banyak. Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh ustadz Hanan Attaki melalui media sosial instagram merupakan suatu fenomena menarik, di karuniakan perbedaan fitur dan kontennya, dimana yang menjadi sasaran dakwahnya adalah kalangan anak muda (remaja). Konten-konten yang dibuat oleh akun ustadz @ hanan_attaki di rasa cocok dan efektif sehingga dapat

menarik minat netizen (masyarakat) unruk melihat konten-konten dakwah.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan penelitian pada Metode Dakwah di Media Sosial Analisis Efektivitas Dakwah Ustadz Hanan Attaki

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Metode Dakwah di Media Sosial?
2. Bagaimana Metode Dakwah Ustadz Hanan Attaki di *Instagram*?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui dan Mendeskripsikan Metode Dakwah di Media Sosial.
2. Untuk Mengetahui dan Mendeskripsikan Metode Dakwah Ustadz Hanan Attaki di *Instagram*.

E. Manfaat Penelitian

adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi pengembangan ilmu

komunikasi terutama yang berkaitan untuk referensi bagi Peneliti.

2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam penerapan strategi untuk diaplikasikan dalam dakwah media sosial.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Metode Dakwah

1. Definisi dan Landasan Metode Dakwah

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (jalan cara). Metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa jerman *methodica*, artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dala bahasa Arab disebut *thariq*.

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam). Pengertian lain oleh M. Munir dalam bukunya *metode dakwah* yang menyatakan bahwa metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.

Untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, kita memerlukan metode. Strategi menunjuk pada suatu perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dalam setiap penerapan metode, dibutuhkan beberapa teknik.(Ismatullah 2015).

Dalam kamus ilmiah populer, metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk melaksanakan sesuatu cara kerja *Paus A. Partanto*. Dari beberapa definisi ini, setidaknya ada tiga karakter yang melekat dalam metode dakwah .

- a) Metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah.
- b) Karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah.

- c) Arah metode dakwah tidak hanya mengikatkan efektivitas dakwah, tetapi juga bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. setiap strategi memiliki keunggulan dan kelemahan. Metodenya berupaya menggerakkan keunggulan tersebut dan memperkecil kelemahannya.(Suadmin 2011)

Dalam dakwah Islam, sering terjadi bahwa disebabkan metode dakwah yang salah, islam dianggap sebagai agama yang tidak simpatik, penghambat perkembangan, atau tidak masuk akal. Saat ini, metode dianggap sebagai teknologi, khususnya teknologi lunak (*soft tecnology*). Sesuatu yang bisa melalui sentuhan metode yang tepat menjadi luar biasa.(Suadmin 2011)

Metode dakwah melalui cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan

dengan pendekatan pada suatu pandangan.

Adapun landasan metode dakwah yakni, merujuk pada Al-Qur'an surat An-Nahl: 125 yang berbunyi sebagai berikut:

Terjemahan:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَ
الْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ
سَبِيلِهِ وَ هُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan nasihat yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang terbaik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

2. Jenis- Jenis Metode Dakwah

Secara terperinci metode dakwah dalam yaitu: hikmah, pelajaran yang baik dan

mujadalah. Hal tersebut dapat diambil pemahaman dan bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan. (Aziz 2019).

Moh. Ali Aziz dalam bukunya ilmu dakwah secara garis besar tiga cakupan metode dakwah, yaitu:

1) Hikmah

Berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan-kemampuan mereka, sehingga didalam menjalankan ajaran-ajaran islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

2) *Mauizhaah* Hasanah

Terminologi mauizhaah hasanah dalam perpektif dakwah sangat populer. Istilah *mauizhaah* hasanah terdiri dari dua kata, *mauizhaah* hasanah. Kata mauizhaah berarti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sementara hasanah merupakan kebalikan dari *sayyi'ah* yang artinya kebaikan lawan kejelekan. *Mauizhah* hasana

yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran ilham yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3) Mujadalah

Mujadalah adalah berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan sasaran dakwah.(Aziz 2019).

Sedangkan dilihat dari cara pengguna sarana dalam berdakwah, macam-macam metode dakwah dibedakan sebagai berikut:

- a) Dakwah *bil-Lisan*, yaitu dakwah yang dilakukan menggunakan lisan seperti, ceramah di mimbar, majelis ta'lim, mudzkarah dan mujadalah.(Aziz 2019).
- b) Dakwah *bil-Kitab*, dakwah yang dilakukan dengan menggunakan keterampilan tulis menulis berupa artikel atau naskah yang dimuat di majalah atau

surat kabar, brosur, buletin, dan buku sebagainya.

- c) Dakwah dengan alat-alat elektronika, yaitu dakwah dengan memanfaatkan alat-alat elektronika seperti televisi, radio, tape recorder, komputer dan sebagainya yang berfungsi sebagai alat bantu.
- d) Dakwah *bil-hal*, yaitu dakwah yang dilakukan melalui berbagai kegiatan yang langsung menyentuh kepada masyarakat sebagai objek dakwah dengan karya subjek dakwah serta ekonomi sebagai materi dakwah.(Mutiawati 2018).

B. Konsep Tentang Media Sosial

1. Definisi Media sosial

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki forum dan dunia virtual. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).

Mieke da Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi atau komunikasi persona dalam arti saling berbagai diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagai kepada siapa saja tanpa ada kekhsusan individu.

Perangkat teknologi yang ada di era sekarang ini disebut begitu muda para penggunanya, menikmati fitur-fitur aplikasi yang berkaitan dengan media sosial. bahkan anak usia dini pun sangat lah cepat dalam mempelajari penggunaan perangkat teknologi yang banyak di pakai orang dewasa seperti telepon genggam mau pun leptob yang disambungkan dengan jaringan internet. (Nursan 2019).

Dari definisi, diatas dapat dipahami bahwa media sosial adalah saluran atau pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet) dimana para pengguna (*user*) media sosial bisa saling berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagai (*sharing*) dan membangun jaringan

(*networking*) meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan lain sebagainya.

New media merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactiviy, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktivitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* dia memiliki pilihan informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang *new media*.

Munculnya *virtual reality*, komunitas *virtual* merupakan fenomena yang banyak muncul seiring dengan hadirnya *new media*. Fenomena ini muncul karena *new media* memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-selusnya di *new media*, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain dengan

yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata .(Mutiawati 2018).

Sebutan media baru/*new media* ini merupakan pengistilah untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi media lama/ *old media*, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru/ *new media*. Sehingga pengistilah ini bukan lah berarti kemudian media lama menjadi hilang digantikan media baru, namun ini merupakan pengistilah untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja.(Mutiawati 2018).

Media sosial/ *social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Media sosial , dikutip dari Wikipedia, didefinisikan sebagai sebuah media *Online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi

meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum di gunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.(Mutiawati 2018).

Ardianto dalam buku komunikasi 2.0 mengungkapkan, bahwa media sosial *online*, disebut jejaring sosial *online* bukan media massa *online* karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat.

Alan Touraine melihat bahwa proses akhir sosial ini sebagai akibat modernisasi yang telah mencapai titik ekstrimnya dewasa ini, yang disebut sebagai hipermodernisasi kontemporer. Proses sosial ini kini dipercepat dan mencapai keadaan maksimal di tangan media internet yang menciptakan berbagai informasi relasi sosial.

Riset *Sensor Tower* tersebut menunjukkan lima media sosial paling populer antara lain *Tiktok*, *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat* dan *Likee*, yaitu: (Aditya Nugroho, “

Metode Dakwah di media online studi kasus LDK syahid uin syarif hidayatullah jakarta” Skripsi (Jakarta UIN Syarif Hidayatullah, 2015). 1 1 n.d.).

1. *Tiktok*

Saat ini aplikasi video singkat yang dilengkapi dengan berbagai *filter* dan musik, *Tiktok*, menjadi aplikasi media sosial dengan pertumbuhan pesat baik berdasarkan unduhan di *google play store* maupun *AppStore*.

2. *Facebook*

Menjadi salah satu pelopor media sosial, *Facebook* tetap populer sejak tahun 2004 karena fitur-fiturnya yang mudah digunakan untuk saling terhubung dn berkomunikasi satu sama lain.

3. *Instagram*

Instagram disebut menjadi platform visual terbesar saat ini, dengan pengguna aktif lebih dari satu miliar per bulan berdasarkan penelitian *We Are Social* 2020.

4. *Snapchat*

Riset We Are Social 2020 mendapati pengguna Snapchat mencapai lebih dari 300 juta per bulannya. Snapchat merupakan aplikasi pesan mobile di mana pengguna dapat saling berkirim video dan foto, dengan menambahkan teks atau coretan pensil, yang kemudian secara otomatis akan terhapus dalam beberapa detik, atau dapat dikirimkan ke teman yang ada dalam kontak.

5. Likee

Aplikasi media sosial terpopuler lainnya adalah *Likee*, platform pembuat video pendek asal Singapura di bawah naungan *BIGO Technology Pte.,Ltd.* Berdiri pada tahun 2017, likee memiliki lebih dari 2.000 efek video.

2. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan fungsi dan konten apa yang disebarkannya, ada berbentuk tulisan pribadi, foto, video, dll. Namun Kaplan dan

Haenlein membagi jenis media sosial menjadi 6, yaitu:(Meodia arindra 2020).

1) Proyek Kolaborasi

Proyek kolaborasi ialah jenis media sosial ini bisa memungkinkan penggunanya untuk membuat konten secara bersama-sama. Contohnya Wikipedia, dimana setiap penggunanya bisa membuat konten, atau bisa, mengubah, dan menghapus konten yang sudah ada.

2) *Blog*

Blog merupakan jenis dari media sosial yang didalamnya pengguna bisa mengunggah tulisan pribadinya. *Blog* ini bentuknya situs berisikan kumpulan konten yang dianggap menarik seperti tulisan keseharian pengguna.

3) Komunitas konten

Komuniats konten merupakan jenis media sosial yang membuat penggunanya membagikan konten baik berupa tulisan, gambar, atau pun video. Contohnya *Youtube*

yang membuat penggunanya bisa membagikan konten berupa video.

4) Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berhubungan dengan pengguna lain dengan cara saling berinteraksi, seperti mengirimkan pesan, gambar, atau pun video. Contohnya *Facebook*, *Instagram*, *Path*, dan lain sebagainya. (Tania 2019).

5) Virtual Game World

Virtual game world ialah jenis media sosial yang membuat penggunanya untuk saling berinteraksi dengan menggunakan avatar pribadi. Setiap penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar dan saling berinteraksi seperti dalam dunia nyata. Contohnya game online.

6) Virtual Sosial World

Virtual sosial world merupakan jenis media sosial yang mana penggunanya bisa

mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet, dan penggunanya merasa hidup dalam dunia virtual, dan merasakan nuansa tiga dimensi.

7) Wiki

Media selanjutnya adalah wiki atau media konten bersama. Mengapa disebut media konten bersama? Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kalaborasi dan para penggunanya.

8) Media *Sharing* (Berbagi Media)

Situs berbagai media (media *sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagai media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya.

Selain beberapa jenis media sosial yang disebutkan diatas penulis, penulis juga menemukan 2 jenis media sosial lainnya yang penulis temukan dalam referensi lainnya, yaitu:(Tania 2019).

a) *Microblogging*

Tidak jauh berbeda dengan blog ataupun jurnal online, *microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memblukasikan aktivitas dan pendapatnya.

b) Sosial *Bookmaring*

Sosial *bookmaring* atau penanda sosial ialah jenis media sosial yang berguna untuk mengorganisasikan, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi di dunia online.(Tania 2019).

Microblogging juga jenis media sosial yang dapat memfasilitasi para penggunanya untuk menulis dan memplukasikan aktifitas atau pendapatnya. Secara *historis*, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.(Cahyono 2016).

Di *twitter* pengguna bisa saling menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan orang lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan *taggar/hastagh* tertentu, misalnya #ayoindonesia, atau #eeaaindonesia.

Beberapa penjelasan tambahan dapat kedalam penanda sumber daya yang tersebut dalam bentuk metadata, sehingga pengguna dapat memahami isi dari sumber daya tersebut tanpa perlu mengunduhnya terlebih dahulu. Penjelasan tersebut dapat berisi teks, suara, atau tag yang berkolaborasi menjadi sebuah *fulksonomi*. *Fulksonomi* juga disebut tagn sosial, yaitu merupakan proses dimana banyak pengguna menambahkan metadata dalam bentuk kata kunci untuk berbagi konten.

Dalam sistem penanda sosial, pengguna menyimpan link ke halaman web yang mereka ingin ingat dan/ atau bagikan. Penanda ini biasanya bersifat domain publik, dan dapat disimpan secara pribadi atau hanya berbagi dengan orang-orang tertentu ataukelompok atau hanya di dalam jaringan tertentu, atau kombinasi lain dari domain publik swasta.

Instagram sebagai media sosial

1. Pengertian *Instagram*

Menurut Bambang Atmoko, nama Instagram diambil dari kata “*instan-Telegram*”. Terdiri dari dua kata “*insta*” dan “*gram*”. di mana instan berarti bahwa Instagram ini menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid di dalam tampilannya dan *telegram* yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Jadi *instagram* berarti kemudahan dalam mengambil

serta melihat foto yang kemudian dikirimkan atau dibagikan kepada orang lain.

Selain itu Atmoko mengatakan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagai informasi terhadap penggunaanya. (Rohman 2019).

Instagram merupakan aplikasi media sosial untuk berbagai foto atau video yang dikembangkan pertama kali oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn. Inc. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada 6 oktober 2010, dengan kalimat pembuka *welcome To Instagram* yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya sekaligus menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner instagram. Keduanya merupakan lulusan Stanford University Amerika Serikat namun dengan jurusan yang berbeda.

Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di instagram, yaitu sebagai berikut: (Tania 2019).

a. *Follow*

follow adalah pengikut, dari pengguna instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan instagram.

b. *Like*

like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada instagram, dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar.

c. *Komentar*

komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata, pengguna bebas memeberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. *Metion*

fitur ini adalah untuk menambah penggua lainnya, caranya dengan menanda tanda arroba

(@) dan memasukkan akun *instagram* dari pengguna *instagram*.

2. Sejarah *instagram*

Instagram merupakan aplikasi media sosial untuk berbagai foto atau video yang dikembangkan pertama kali oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, Inc. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada 6 oktober 2010, dengan kalimat pembuka *welcome To Instagram* yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya sekaligus menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner *instagram*. Keduanya merupakan lulusan Stanford University Amerika Serikat namun dengan jurusan yang berbeda. (Tania 2019).

a. Fitur-Fitur *Instagram*

Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah. Menu diantara lain adalah:

1) *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.

2) *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial menyediakan fitur komentar , foto-foto yang ada di *instagram* dapat dikomentari di kolom komentar.

3) *Eksplora*

Eksplora merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna *instagram*.

4) Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna.

5) *New Food*

New food merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna *instagram*. Menurut Amoko, *instagram* adalah aplikasi instant untuk photo sharing. Sehingga proses dari mengambil foto hingga menguploadnya dirancang sederhana mungkin agar memberikan kecepatan akses.

6) Setting Aplikasi

Fitur penting yang berhubungan dengan pengaturan aplikasi adalah *setting*. Kita dapat mengatur akun, pengaturan privasi keamanan, pengaturan *login*.

7) *Instagram story*

Instagram story merupakan fitur baru yang diluncurkan oleh *instagram* pada agustus 2016. *Fitur* ini sangat mirip dengan *fitur story* pada media sosial *snapchat*. *Fitur* ini memungkinkan para penggunanya untuk salim berkirim foto dan video yang kemudian akan terhapus secara terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam. Foto dan video dalam *fitur* ini dapat ditambahkan teks, coretan animasi bergerak (*gif*) dan efek video.(Mutiawati 2018).

Banyak fitur-fitur lainnya yang mendukung *instagram story*, fitur terbaru ini diantaranya:

a) *Face filter*

Face filter merupakan fitur *instagram story* yang diadopsi dari media sosial *snapchat*. *Filter* ini memberikan kesan ‘lucu’ saat kamera menghadap ke wajah seseorang.

b) Putar balik (*rewind*)

Rewind berfungsi untuk memutar balik video yang ada di instagram. *Rewind* akan memutar rekaman dari bagian paling akhir ke bagian awal video.

c) *Hastag* di *instagram story*

Hastag merupakan simbol berbentuk pagar (#) bertujuan agar *story* pengguna dapat ditemukan dengan menggunakan *hastag* yang dicantumkan.

d) Edit *brush*

Edit *brush* merupakan fitur dalam *instagram story* yang memungkinkan pengguna membuat tulisan atau coret-coret bebas yang dapat disematkan pada foto dan video.

e) Video siaran langsung (*instagram live*)

Fitur video siaran langsung *instagram* rilis pada 25 januari 2017. Fitur ini berfungsi untuk menyiarkan secara langsung kegiatan pengguna *instagram*. Fitur ini diadopsi dari media sosial *Facebook* yang telah lebih dulu memiliki fitur ini, perbedaannya dalam durasi. *Instagram* hanya mengizinkan video siaran

langsung dengan durasi maksimal satu jam. Setelah melakukan video siaran langsung pengguna dapat memilih video siaran tersebut disimpan atau dihilangkan secara otomatis. (Mutiawati 2018).

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang diunggah lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu:

(1) Judul

adalah *caption* foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin di sampaikan pada pengguna tersebut.

(2) *Hashtag*

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di instagram dengan *hashtag* tertentu.

(3) Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski *instagram* disebut layanan *photo sharing*,

tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

3. Dakwah melalui Instagram

Media dakwah adalah instrument yang di gunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada Mad'u. media ini bisa dimanfaatkan da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik dalam bentuk lisan atau tulisan. Diera saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa dakwah melalui media merupakan pilihan dari banyak da'i. Dakwah dalam bentuk tulisan dibuku, Koran, majalah, TV, Radio dan yang paling menonjol saat ini adalah dakwah melalui internet. (Tania 2019).

Media internet akan menjadi media yang efektif karena jangkauan dan macan-macam informasi yang mengair begitu pesat akan menembus ruang dan waktu. Penyebaran transformasi ajaran islam (Pesan dakwah) melaui internet dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, diantaranya melalui email, diskusi interaktif melalui *mailing list* dan *Newgrup*, pengembalian dan penyampaian file melalui file transfer protocol, berbagai menu dan forum yng dapat

dikembangkan dalam *web site*, *faks*, *server* dan sebagainya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penggunaan metode ini dengan alasan bahwa focus dalam penelitian ini adalah bentuk gaya hidup para penggemar ustadz hanan attaki. Sementara, pendekatan fenomenologi bertujuan untuk menggambarkan makna dari pengalaman hidup yang dialami oleh beberapa individu, tentang konsep atau fenomena tertentu, dengan mengeksplorasi struktur kesadaran manusia. Jadi disini peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yang dialami oleh para penyuka dakwah ustadz hanan attaki terkait dengan metode dakwah di media social analisis aktifitas dakwah di instagram.

2. Pendekatan Penelitian

Maka pendekatan penelitian yang paling sesuai adalah dengan menggunakan penelitian

kualitatif. Sehingga seluruh bagian yang menjadikan kajian penelitian dapat teramati secara tuntas. Peneliti terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data yang diinginkan, agar data tersebut terasa lebih obyektif, bila peneliti mengadakan pengamatan dan terlihat langsung di lapangan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pemalsuan dan lebih dapat dihindari.(Creswell 2016).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci, dan melukiskan realita yang ada. Diawali dengan adanya minat untuk mengkaji secara mendalam terhadap munculnya suatu fenomena tertentu, dengan didukung oleh konseptualisasi yang kuat atas fenomena tersebut. Maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dimulai dengan mendefinisikan konsep- konsep yang sangat umum

B. Definisi Operasional

Yang peneliti maksudkan dengan metode dakwah di media sosial (analisis aktivitas kajian Ustadz Hanan Attaki di instagram) adalah cara berdakwah

dengan menggunakan media sosial dalam hal ini fokus pada cara berdakwah dari ustadz hanan attaki yang di instagram.

C. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat dilakukan penelitian oleh penulis adalah di instagram. Sedangkan waktu penelitian yang dibutuhkan adalah selama 4 (empat) bulan yaitu bulan Januari sampai dengan bulan april 2021.

D. Subjek dan Objek penelitian

1. Subjek penelitian

Di dalam sebuah penelitian terdapat subjek penelitian yang merupakan sesuatu yang akan diteliti dan diamati oleh peneliti. Berdasarkan dari judul yang akan diteliti yang menjadi subjek penelitian adalah Ustadz Hanan Attaki.

2. Objek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti maka yang menjadi obyek penelitian ini adalah metode dakwah Ustadz Hanan Attaki

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data Pada pelaksanaannya, penelitian akan terlihat langsung dalam mengumpulkan data, mengola data, serta menarik

kesimpulan dari data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

Marshall sebagaimana yang disadur oleh Sugiyono, menjelaskan bahwa *“through observation, The researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior”*. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dan perilaku tersebut. Teknik pengumpulan data melalui observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara terjun langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti. Adapun sasaran observasi adalah Metode Dakwah Media Sosial (efektivitas ustadz hanan attaki di instagram).

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental

dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan seperti catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar seperti foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya seperti foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. studi Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

F. Instrumen Penelitian

Menjelaskan mengenai instrument penelitian, dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrument juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun kelapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun longistiknya.

dalam melakukan validasi yaitu peneliti sendiri, dengan melakukan evaluasi diri seberapa jauh

pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan. Akan tetapi dalam penelitian ini juga menggunakan instrument penelitian berupa pedoman observasi, Efektivitas Dakwah Ustadz Hanan Attaki, dan pedoman dokumentasi yang dapat mempertajam serta melengkapi data hasil pengamatan observasi.(Emzir 2010).

a. Pedoman Observasi

pedoman observasi yaitu lembar check list yang digunakan peneliti yakni daftar pernyataan untuk mendapatkan data tentang Metode Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Insatgram.

b. Alat Dokumentasi

alat dokumentasi yaitu memperoleh dengan alat seperti kamera, berupa foto dan buku catatan.

G. Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas. Untuk mendapatkan data yang valid dan variable yang diuji validitas dan reabilitasnya yaitu datanya, dalam

bukunya sugiono megatakan bahwa penelitian kualitatif lebih menenknkan pada aspek validitas.

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan penelti dengan apa yang sesungguhnya terjadi dalam objek yang diteliti. Uji keabsahan dalam penelitian kualitatif meliputi uji credibility (validitas internal), tranferability (validitas eksternal), dependability (reabilitas) dan confirmabilitiy (objektivitas)

Uji kredibilitas dalam penelitian kualitatif meliputi aspek nilai kebenaran. Uji kredibilitas data hasi atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan antara lain:

1. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali kelapagan melakukan pengamatan, wawancara dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan berarti terbuka dan saling mempercayai. Dalam perpanjangan pengamatan sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, apakah datayang diperoleh sebelumnya benar atau

tidak, jika dicek dan benar berarti kredibel, maka waktu perpanjangan dapat diakhir

2. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan meningkatkan ketekunan maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang sudah ditemukan itu salah satu atau tidak. Selain itu peneliti juga dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Demikian terdapat berbagai triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif menganalisis data, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara berlangsung peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang

diwawancarai, selanjutnya bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti perlu melanjutkan pertanyaannya selanjutnya sampai tahap tertentu, sehingga diperoleh data yang kredibel. Menurut Miles dan Huberman sebagaimana yang diungkap oleh Sugiyono, menjelaskan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. (Emzir 2010).

Selanjutnya, menjelaskan langkah-langkah dalam melakukan analisis data, yaitu: (Emzir 2010).

1. Pengumpulan Data

Observasi, wawancara, dokumen, pribadi dan resmi, foto, rekaman, gambar, dan percakapan informal semua merupakan sumber data kualitatif. Sumber yang paling umum digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumen, kadang-kadang secara individual. Semua jenis data ini memiliki satu aspek kunci secara umum: analisisnya terutama tergantung pada keterampilan integratif dan interpretatif dari peneliti. Interpretasi diperlukan karena data yang dikumpulkan jarang

berbentuk angka dan karena data kaya rincian dan panjang.

2. Data Reduction (reduksi data)

Penjelasan mengenai reduksi data, data yang diperoleh dari lapangan dengan jumlah yang cukup banyak sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci, karena semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Mereduksi dan berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dalam hal ini tentang metode dakwah ustadz hanan attaki di instagram .

3. Data Display (penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif melalui penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie card, pictogram dan sejenisnya, sehingga data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, dan akan lebih mudah dipahami.

4. Conclusion Drawing / Verification

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dengan menganalisis data, dalam kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal harus didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten sehingga, saat

peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.(Emzir 2010).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Biografi Ustadz Hanan Attaki

Riwayat Hidup Ustadz Hanan Attaki. Masa Kecil Teuku Hanan Attaki Lc, atau lebih dikenal dengan ustadz Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981, merupakan anak ke 5 dari 7 bersaudara. Beliau merupakan sosok ustadz yang sederhana, mempunyai gaya penyampaian yang lugas, lucu, mudah dipahami, dan memiliki karakter suara tersendiri yang menandakan ciri khas seorang ustadz Hanan Attaki. Sejak masih kanak-kanak, Hanan Attaki sudah dekat dengan Alquran. Dikenal cerdas sejak masih duduk di sekolah dasar (SD) sehingga ia kemudian mendapat beasiswa untuk pendidikannya.(Tania 2019).

Beberapa kali Hanan Attaki menjuarai Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) di daerahnya hadiahnya berupa televisi dan juga sepeda. Untuk sepeda ia digunakan berangkat ke sekolah. Ustadz

Hanan Attaki menamatkan pendidikannya di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, pada tahun 2002, beliau mendapat beasiswa ke Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir karena prestasinya dalam hal tilawatil Qur'an.¹ 1 Wink, Biografiku.com. Artikel: Profil da Biografi Ustadz Hanan Attaki- Pendiri Pemuda Hijrah, diakses pada 10 Juni 2019, Kuliah di Al-Azhar Mesir dan Qori Terbaik Ustadz Hanan Attaki mengawali perjalanannya ke Mesir dengan visa turis, di Mesir beliau mencoba peruntungan untuk masuk ke Universitas Al-Azhar Kairo, dan tanpa disangka ternyata beliau diterima karena keindahan lantunan tilawatil Qur'annya hingga membuat pengujinya terpana dan meneteskan air mata. Peristiwa diterimanya beliau di jalur beasiswa di universitas Al-Azhar Kairo sangat-sangat menggembirakan, karena tidak pernah terlintas dibenaknya akan diterima di universitas bergengsi ini tanpa tes tertulis, mengingat sebelumnya beliau sudah mencoba mendaftar beberapa kali di Indonesia untuk beasiswa luar negeri namun tidak satupun yang lolos. Diterimanya beliau di universitas tersebut

mengukir sejarah dalam keluarganya, karena beliaulah yang pertama kuliah dan kuliahnya pun di Luar Negeri.

Saat mengenyam pendidikan di Universitas Al-Azhar Mesir pada tahun 2002, beliau memilih Fakultas Ushuluddin program studi Tafsir AlQur'an. Hingga pada tahun 2004 beliau memperoleh gelar licence (Lc). Selama kuliah di Kairo, ia juga pernah aktif sebagai pemred buletin "Salsabila" yang diterbitkan oleh kelompok Himpunan Mahasiswa Prodi Alquran dan Ilmu Islam Al-Azhar. Kelompok ini dibimbing langsung oleh beberapa tokoh Ikhwanul Muslimin. Di Mesir sendiri sewaktu kuliah, beliau bisa dibilang sangat mandiri. Untuk mencukupi kebutuhan hidupnya beliau mencoba banyak bisnis, dari mulai berjualan bakso, catering, hingga sempat menjadi "joki" hajar aswad (pada saat musim haji), semua bermodalkan nekat, dan keyakinan kepada Allah SWT.(Tania 2019).

Ustadz Hanan Attaki juga pernah membuat buku, dengan judul Tadabbur Quran. Terakhir di tahun 2005, ia sempat terpilih sebagai qori terbaik

Fajar Tv, Kairo dan mengisi acara tilawah al-Qur'an "Min Ajmalis Soth" di chanel Fajar Tv dan Iqro Tv. Di kota Mesir pula Hanan Attaki bertemu dengan jodohnya. Istri Hanan Attaki bernama Haneen Akira. Mereka berdua menikah disaat sama-sama menempuh pendidikan di Al-Azhar, Kairo Mesir. Setelah menamatkan pendidikannya di Mesir, Hanan Attaki kembali ke Indonesia dan tinggal di kota Bandung.

Dari pernikahannya dengan Ustadzah Haneen Akira, Hanan Attaki saat ini telah dikarunia tiga orang anak yang bernama Maryam, Aisyah dan Yahya. Mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah Sejak kembali dari negeri "seribu menara" Kairo, Hanan Attaki bersama isteri dan putri pertamanya (Aisyah) tinggal di Bandung. Di kota inilah ia mulai terjun langsung dalam dunia dakwah; sebagai direktur Rumah Qur'an Salman-ITB, pengajar Jendela Hati (JH) dan STQ Habiburrahman. Di kota Bandung, Ustadz Hanan Attaki berdakwah lewat Pemuda Hijrah. Pemuda Hijrah itu sendiri berdiri sejak Maret 2015.

Beliau membangun komunitas pemuda hijrah sebelum trend hijrah bermunculan seperti sekarang ini. Gerakan Pemuda Hijrah yang memiliki akun Instagram @pemudahijrah, didirikan oleh kurang lebih 5 orang. Logonya sendiri adalah bertuliskan Shift <https://www.islamedia.id>. Artikel: Penampilan Gaul dan Alumni Al-Azhar Mesir, Inilah Profil Lengkap Ustadz Hanan Attaki, diakses pada 10 Juni 2019, tombol Shift yang berarti pindah atau berubah. Pemuda Hijrah juga memiliki akun Fanpage di instagram, facebook serta twitter @pemudahijrah. Dengan dibentuknya organisasi Pemuda Hijrah, beliau benar-benar ingin menjadikan pemuda Indonesia khususnya, hijrah bersama-sama dari hal yang kurang baik menjadi baik. Yang sudah baik terus istiqomah dalam kebbaikannya dan terus mencari teman saling mengingatkan dalam kebaikan sesuai syariat islam. Banyak anggotanya merupakan anak muda yang hobi main skateboard, sepeda BMX, parkour, serta surfing. Kegiatannya sendiri cukup banyak seperti Shift Weekend (Ladies day, Sharing

Night, Qiyamullail), Shift ngabuburide, Go- Shift, Voice of Youth, dan Less Waste. (Tania 2019).

Aktif Mengisi Kajian Keislaman Selain menjadi founder pemuda hijrah dan mengajar di berbagai tempat. Ustadz Hanan Attaki kerap mengisi kajian mengenai Islam di masjid Al-Latif, Jl. Saninten No.2, RT.01/ RW.05, Cihapit Bandung dan masjid Trans Studio Bandung yang beralamat di jalan Gatot Subroto No.289, setiap hari rabu malam kamis dengan tema-tema kekinian dan tentunya yang baru dan dibutuhkan oleh mad'u (jamaahnya). Disini jamaah yang hadir 90% diikuti oleh para pemuda, bahkan tidak sedikit mantan preman dan juga geng motor yang ikut pengajian ini sebab kajiannya yang ringan tapi berbobot ini sangat mudah diterima oleh para remaja dan. Dengan sedikit pengalaman hidup dan 3 Wink, Biografiku.com. Artikel: Profil da Biografi Ustadz Hanan Attaki- Pendiri Pemuda Hijrah, diakses pada 10 Juni 2019 <http://www.instagram.com/shiftmedia.id/?hl=id>, diakses pada 8 Oktober 2019 literasi gaya bahasa

yang enak menjadikan ustadz Hanan Attaki ini selalu dinanti-nantikan.(Tania 2019).

2. Profil Akun *Instagram* Ustadz Hanan Attaki

Di *instagram* peneliti menemukan banyak akun *instagram* milik Ustadz Hanan Attaki. Beberapa akun *instagram* tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

a. Kajian IslamMuha

Ustadz Hanan Attaki Kajian

Blog pribadi : Kumpulan One Minute Booster

Jumlah Postingan : 2.435 postingan

Jumlah Pengikut : 817 RB

Jumlah Mengikuti : 21

b. Kajian_Uha

Kajian Ustadz Hanan Attaki

Media : Kumpulan One Minute Booster

Jumlah Postingan : 2.451

Jumlah Pengikut : 984RB

Jumlah Mengikuti : 10

c. Uhakajian

Ustadz Hanan Attaki Kajian

Media : Kumpulan Kajian Satu Menit

Jumlah Postingan : 1.158

Jumlah Pengikut : 296 RB

Jumlah Mengikuti : 451

d. Dakwah_uha

Kajian Ustadz Hanan Attaki

Media : Kumpulan Kajian Satu Menit

Jumlah Postingan : 1.024

Jumlah Pengikut : 117 RB

Jumlah Mengikuti : 226

e. Kajianustadzhananattaki,lc

Ustadz Hanan Attaki

kreator Digital : Kumpulan video ceramah ustadz
hanan attaki, Lc

Jumlah Postingan : 332

Jumlah Pengikut : 7.054

Jumlah Mengikuti : 16

f. Ustadz_ Hanan_ Attaki_Booster

Ustadz Hanan Attaki Booster

Media : Bukan Ustadz Hanan

Jumlah Postingan : 2.095

Jumlah Pengikut : 32,2 RB

Jumlah Mengikuti : 125

- g. Ustadz_hanan
 - Pecinta Ustadz Hanan Attaki
 - Media : Bukan Ustadz Hanan
 - Jumlah Postingan : 438
 - Jumlah Pengikut : 6.515
 - Jumlah Mengikuti : 1.504
- h. Videokajianuha
 - Video Ustadz Hanan Attaki
 - Media : Kumpulan Kajian Satu Menit
 - Jumlah Postingan : 1.231
 - Jumlah Pengikut : 253 RB
 - Jumlah Mengikuti : 190
- i. Kajian_ustadzhananattakii
 - Ustadz Hanan Attaki Booster
 - Situs Web Berita & Media : Insya Allah update setiap hari
 - Jumlah Postingan : 1.211
 - Jumlah Pengikut : 3.763
 - Jumlah Mengikuti : 417
- j. Ceramahustadzhananattaki

Ceramah Ustadz Hanan Attaki Media : Kumpulan Kajian / ceramah Ustadz @hanan_attaki dari berbagai sumber

jumlah Postingan : 102

jumlah Pengikut : 1.457

Jumlah Mengikuti :

k. Dakwahislamuha

Kata Ustadz hanan attaki

jumlah Postingan : 43

jumlah Pengikut : 781

Jumlah Mengikuti : 139

Di antara beberapa akun instagram milik Ustadz Hanan Attaki tersebut diatas yang peneliti jadikan lokasi penelitian atau fokus peneliti teliti adalah di akun kajian_uha karena akun ini menurut peneliti yang paling banyak mengirim kajian keislaman.

B. Hasil dan Pembahasan

1. Metode Dakwah di Media Sosial

Media Sosial adalah media yang banyak digunakan oleh praktisi-praktisi dakwah dalam menyebarkan pesan-pesan dakwahnya diantara media

sosial yang banyak dijadikan media untuk berdakwah adalah sebagai berikut:

a. Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial dimana pengguna dapat update status, berkomentar, like dan banyak fitur lainnya. Facebook merupakan salah satu media sosial yang digemari oleh kaum milenial, sehingga ketika dia ingin berdakwah lewat *facebook* mereka butuh mengetahui dan memahami metode-metode berdakwah yang sesuai.

Adapun metode dakwah yang peneliti banyak temukan di *facebook* adalah metode Mauizhaah karena peneliti melihat Dai melakukan dengan Nasihat baik ,bimbingan, pendidikan dan peringatan. Ustadz Hanan Attaki

b. Youtube

Youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Salah satu media sosial yang digemari oleh kaum milenial, sehingga banyak orang yang menggunakan *youtube*

untuk menyebarkan video yang mengajarkan tentang keagamaan dan lain-lain.

Adapun metode dakwah yang peneliti banyak temukan di *youtube* adalah metode Mauizhaah Hasanah karena peneliti melihat dai melakukan berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat dan menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menyentuh hati, Nasihat baik, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Ustadz Hanan Attaki

c. *Twitter*

Twitter adalah sebuah layanan jejaringan sosial (media sosial) dan juga mikroblog yang memungkinkan penggunaanya berkirim dan membaca pesan yang tidak lebih dari 280 karakter yang disebut sebagai tweet.

Adapun metode dakwah yang peneliti banyak temukan di *twitter* adalah metode Hikmah karena peneliti melihat dai melakukan berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi dakwah, Memperhatikan situasi dan kondisi mad'u dan Mengetahui dan memahami kondisi mad'u. Ustadz Hanan Attaki.

Berdasarkan hasil observasi maka peneliti menyimpulkan bahwa metode dakwah di media sosial di facebook, youtube dan twiter yaitu : Facebook berupa metode Mauizhaah Hasanah, Menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menyentuh hati dan memberikan nasihat-nasihat islam, Youtube berupa metode Mauizhaah, berdakwah dengan memberikan Nasihat baik, bimbingan dan peringatan dan twiter berupa metode Hikmah, berdakwah dalam menjalankan ajaran-ajaran islam dengan memperhatikan situasi dan kondisi dakwah yang mudah dipahami menjalankan pesan dakwah

2. Metode Dakwah Ustadz Hanan Attaki di *Instagram*

Ustadz Hanan Attaki pada saat berdakwah di media social menggunakan metode hikmah karena ia memperhatikan situasi dan kondisi mad'u pada saat berdakwah di media sosial hal ini dibuktikan dengan materi-materi dakwah yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan atau kondisi saat ini.

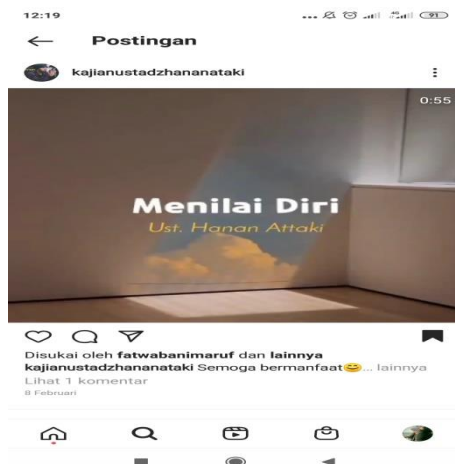
(SC Dakwah Kematian)



“Dan pasti kami semua akan akan kembali kepadamu pasti ya Allah kami akan kembali kepadamu ya Allah tidak ada keraguan sedikit pun pasti kami akan kembali kepadamu Allah, cepatlah atau lambat, sekarang atau pun nanti, hari ini atau pun besok ataupun suatu saat pasti, semua kami pasti merasakan kematian yang pernah dirasakan oleh orang” sebelum kami Allah ketika kami kembali kepadamu dalam keadaan kotor Allah kami kami takut ketika kami kembali kepadamu engkau belum menerima taubat “ kami

takut ketika kami kembali kepadamu kembalinya kami di hari yang paling celaka dalam hidup kami ya Allah, kami takut kembali kepadamu dalam keadaan Su'ul khotimah ya Allah ampunkanlah dosa-dosa kami ya Allah jika hari ini adalah hari terakhir dalam hidup kami, maafilah kekurangan kami dari amal kami di hari ini ya Allah dan terimalah taubat kami ya Allah.

(SC Menilai Diri)



“ kalau kita ingin menilai diri kita ini orang yang mu'min atau munafik caranya lihat aja kita sabar gak nih terutama dalam masalah emosional dalam masalah ego dalam masalah marah dalam masalah perasaan cinta dalam masalah benci

segala macam masih bisa gak kita adil bahkan kepada orang kita benci adil kepada orang yang kita benci adil kepada musuh sekalipun jangan sampai kita gara-gara gak suka kepada seseorang kita berlaku Dzolim kepada dia, jangan ini berarti kita harus ngelawan ego kita sendiri, ego untuk memaafkan orang lain,

ego untuk bisa melupakan kesalahan orang lain, ego untuk bisa berlapang dada dengan hal-hal yang gak nyaman dari pada orang lain, ini adalah ujian yang paling berat disitu kita bisa lihat kita ni mu'min atau munafik.

(SC Hikmah)



Apa hal yang akan Allah tunjukan setelah ini tunggulah kejutan dari Allah, sesuatu yang baik sesudah ini dan orang yang ahli hikmah adalah orang yang paling sabar, untuk menunggu kejutan itu ini orang yang ahli hikmah dalam konteks kehidupan sehari-hari, orang yang paling sabar menunggu, apa sih yang Allah rencanakan di balik ini, apa sih kebaikan yang Allah pengen ngasih dibalik ini, apa sih kejutan yang sedang Allah sediakan untuk saya dibalik ini, siapa orang yang Allah kasih hikmah, berarti dia telah di berikan Khairan Katsiran kebaikan yang sangat banyak, artinya itu apa dia itu lebih beruntung daripada raja dubai, lebih beruntung daripada raja abu dhabi, lebih beruntung daripada raja Saudi, raja kerajaan manapun di muka bumi, dia lebih beruntung makanya orang udah Allah kasih hikmah dia menjadi orang yang paling bersyukur

(SC perbedaan)

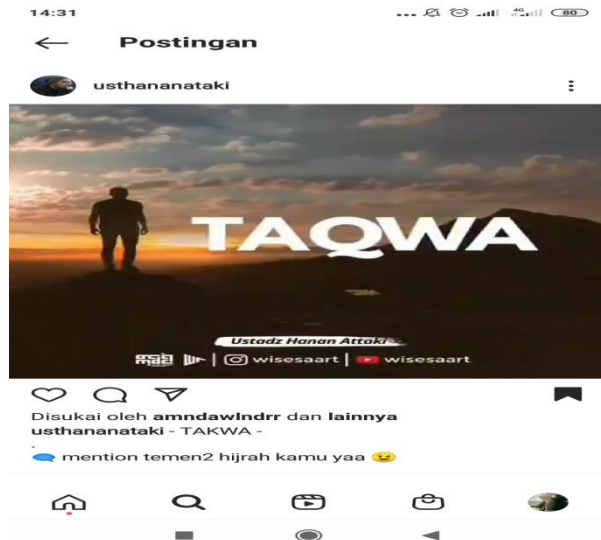


Bismilahirrahmanirahim

Assalamualaikum warahamatullahi wabarakatu temen-temen yang di rahmati Allah sekarang saya sedang ada, di lembah imajinasi disini banyak sekali cave yang terbentuk secara alami natural dan bentuknya macem-macem ada yang bentuknya merpati,ada yang kissing duck/bebek lagi ciuman, ada yang bentuknya seperti onta ada yang berbentuknya seperti mantan tergantung imajinasi orang jadi ini disebut dengan imagination valley jadi lembah imajinasi, teman-teman yang dirahmati Allah setiap orang punya persepsi, semua orang punya

imajinasi, semua orang punya cara pandang sendiri-sendiri kadang satu objek itu dilihat oleh tiga orang, maka bentuknya menjadi tiga bentuk.

(SC Taqwa)



Q.s Ali-Imran 134 kata Allah : wal-afina ‘Anin-nas, Wallahu yuhibbul-muhsinin. Orang yang bertaqwa itu adalah orang yang ‘afina ‘anin-nas orang yang memafaafkan jadi memberi maaf itu untung, untung besar gitu! Karena banyak orang yang mikirnya gini. Enak banget dia udah salah

dimaafin terus gak ada balesan apa-apa gitu?! Terus hilang aja gitu masalahnya?! Enggak, Wal ya'fu Wal yasfa'u maafin dan berlapang dada, apa maksud maafin dan berlapang dada? Maafin: - lupakan kesalahan dia –jangan lagi dendam sama dia berlapang dada: - Berkasih sayanglah sama dia – kasihanilah dia – Bantulah dia apa yang kita dapatkan dengan kita beri maaf kepada saudara kita? Allah kasih maaf kepada kita yang lebih besar dari pada itu, maaf yang kita berikan kepada saudara kita seribu maaf yang Allah berikan kepada kita dan kalau Allah memaafkan kesalahan kita, apalagi janji Allah setelah itu, kecuali surga Allah subhanahu Wa ta'ala

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap aktivitas dakwah Ustadz Hanan Attaqi di instagram, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa metode dakwah Ustadz Hanan Attaqi di *instagram* adalah:

- a. Hikmah yaitu,berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi dakwah pada kemampuan-kemampuan berdakwah dalam menjalankan ajaran-

ajaran islam dan berhati lembut kepada Mad'u. seperti dakwah tentang kematian,dan seperti dakwah tentang menilai diri.

- b. Mauizhaah Hasanah yaitu, menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menyentuh hati dan memberikan Nasihat baik, bimbingan, pendidikan,peringatan. Seperti Dakwah tentang Hikmah dan seperti dakwah tentang perbedaan.
- c. Mujadalah berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan berdiskusi, Dialog. Seperti dakwah tentang, perbedaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil observasi maka peneliti menyimpulkan bahwa metode dakwah di media sosial di facebook, youtube dan twiter yaitu : Facebook berupa metode Mauizhaah, Menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menyentuh hati dan memberikan nasihat-nasihat islam, Youtube berupa metode Mauizhaah, berdakwah dengan memberikan Nasihat baik, bimbingan dan peringatan dan twiter berupa metode Hikmah, berdakwah dalam menjalankan ajaran-ajaran islam dengan memperhatikan situasi dan kondisi dakwah yang mudah dipahami menjalankan pesan dakwah

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap aktivitas dakwah Ustadz Hanan Attaqi di instagram, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa metode dakwah Ustadz Hanan Attaqi di *instagram* adalah:

- a. Hikmah yaitu,berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi dakwah pada kemampuan-

kemampuan berdakwah dalam menjalankan ajaran-ajaran islam dan berhati lembut kepada Mad'u. seperti dakwah tentang kematian,dan seperti dakwah tentang menilai diri.

- b. Mauizhaah Hasanah yaitu, menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menyentuh hati dan memberikan Nasihat baik, bimbingan, pendidikan,peringatan. Seperti Dakwah tentang Hikmah dan seperti dakwah tentang perbedaan.
- c. Mjadalah berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan berdiskusi, Dialog. Seperti dakwah tentang, perbedaan.

B. Saran.

Berdasarkan dari hasil yang telah penulis kemukakan pada kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

Bagi para da'i yang hendak memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah hendaknya bisa mengoptimalkan jejaring sosial yang hendak dijadikan sebagai media dakwah baik itu instagram ataupun sejenisnya. Sehingga dapat membantu masyarakat dalam mendekatkan diri kepada Allah.

Daftar Pustaka

- Aziz, A. & Ali, M. (2019). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Cahyono, C. & Sugeng, A. (2016). “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia.” *Publiciana* 9(1): 140–57.
- Creswell, C. & John W. (2016). “Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran.” *Yogyakarta: Pustaka Pelajar* 5.
- Emzir, E. (2010). *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Ismatullah, A M. (2015). “Metode Dakwah Dalam Al-Qur’an (Studi Penafsiran Hamka Terhadap QS. An-Nahl: 125).” *Lentera* 17(2).
- Meodia, A. (2020). “No Title.” 2020: 1.
- Mutiawati, I. (2018). “Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)(Universitas Islam Negeri Walisongo; Vol. 2). Universitas Islam Negeri Walisongo.”
- Nursan, N. (2019). *peran Orang Tua Dalam Menangani Pengaruh Negatif Media Sosial Pada Remaja Di Desa Pattongko Kecamatan Sinjai Tengah (Doktoral dissertation, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai)*
- Nugroho, A. (2015) “ *Metode Dakwah Di Media Online Studi Kasus LDK Syahid Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*” *Skripsi (Jakarta UIN Syarif Hidayatullah,*

- Rohman, R. & Abdul, D. (2019). “Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial.” *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan* 13(2): 121–33.
- Suadmin, S. (2011). “Retensi Pelanggan: Hubungan Berkelanjutan.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* Volume 4,: 13–35.
- Tania, T. & Guesty, G. (2019). “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Media Sosial Instagram.”

KISI-KISI INSTRUMENT PENELITIAN

"Metode Dakwah di Media Sosial Analisis Aktifitas Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram"

Nama : Karmila
 Nim : 170208009
 Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Variabel I	Sub Variabel	Indikator	Sub. Item
Metode Dakwah Hasanah	1. Hikmah, berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi dakwah pada kemampuan-kemampuan berdakwah dalam menjalankan ajaran-ajaran islam.	a. Memperhatikan situasi dan kondisi mad'u. b. Menitik beratkan pada kemampuan mad'u menerima pesan dakwah. c. Mad'u merasa senang pesan dakwah. d. Mad'u merasa mudah menerima pesan dakwah. e. Mad'u merasa mudah menjalankan pesan dakwah	1. Mengetahui dan memahami kondisi mad'u 2. Memahami tingkat pemahaman mad'u 3. Membuat mad'u terhibur 4. Materi dakwah yang mudah dipahami 5. Materi dakwah yang sesuai dengan kondisi mad'u
	2. Mauizhaah, berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran—ajaran islam yang	Menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menyentuh hati	1. Nasihat baik 2. bimbingan, 3. pendidikan 4. peringatan.

	disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.		
	3. Mujadalah, berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara bertukar pikiran dan dengan cara yang sebaik-baiknya dengan cara memberikan tekanan-tekanan dakwah	a. Dakwah dengan bertukar pikiran. b. Membantah dengan cara bertukar pikiran c. Membantah dengan cara sebaik-baiknya dan tidak memberikan tekanan sasaran dakwah.	Diskusi, Dialog

Variabel II	Indikator	sub.Item
Analisis Aktifitas Dakwah ustadz Hanan Attaki di Instagram	1. Isi pesan dakwah ustad Hanan Attaki	Aqidah, ibadah, muamalat dan Akhlak
	2. Pendengar Mad'u terhadap dakwah ustad Hanan Attaki	Cara pandang seseorang tentang objek, Hasil karya objek dalam memulai sesuatu, Kognitif, Afektif dan Behaviora,

LEMBAR OBSERVASI

"Metode Dakwah di Media Sosial Analisis Aktifitas Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Instagram"

Nama _____

Tempat/ Tanggal Lahir _____

Har/ Tanggal _____

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1	Melakukan siaran langsung pada pada fitur instagram		
2	Mengunggah Konten dakwah berupa video menggunakan fitur instagram TV		
3	Mengunggah Konten dakwah berupa video menggunakan fitur Instagram video		
4	Mengunggah kegiatan amal yang dilaksanakan pada fitur instgram		
5	Menjadikan akun instagram pribadi sebagai media untuk berdakwah		
7	Menulis konten dakwah melalui fitur instagram caption dan instagram video		
8	Menulis konten dakwah melalui fitur instagram video		



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAR. SINJAI, TEL/FAX 84221418, KODE POS 92612

Email : fakultadus@iainmuhammadiah.ac.id

Website : http://www.iainmuhammadiah.ac.id

TERAKREDITASI OLEH NCP (NUSAHAT) DAN MUI (MUSLIM) INDONESIA

SURAT KEPUTUSAN

Nomor: 206/II/13.AU/T/KFP/2020

TENTANG

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai setelah:

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2020/2021, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing penulisan Skripsi dalam Surat Keputusan
- Mengint** : 2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang diamanahkan kepadanya
- Memperhatikan** : 1. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas.
3. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai
5. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/10/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah
6. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa.
- Pertama** : Mengangkat dan menetapkan Bapak/Ibu:

Pembimbing I	Pembimbing II
Faridah, S.Kom I., M.Sos I.	Muhlis, S.Kom I., M.Sos I.

Untuk penulisan skripsi mahasiswa:

- Nama : Karmila
NIM : 170208009
Prodi : KPI
Judul : Da'wa di Media Sosial (Studi Kasus Kajian Ust. Hanan Attaki di Instagram).
Skrripsi



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAR. SINJAI, TLP/FAX 040221419, KODE POS 92612

Email : fakislainsinjai@gmail.com

Website : <http://www.iaimsinjai.ac.id>

TLP AGILTASI INSTITUSI KAS-PT. SINJAI 040221419, KODE POS 92612



- Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/ nafkah karena, tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab
- Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagai mana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal : 08 S a f a r 1442 H
25 September 2020 M

Dekan,



[Signature]
Dr. Suriati, M.Sos.

NBM: 948 500

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPPI IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai
3. WR I IAIM Sinjai di Sinjai
4. WR II IAIM Sinjai di Sinjai

BIODATA PENULIS

Nama	:	Karmila
Nim	:	170208009
Tempat/TGL. Lahir	:	Sinjai, 15 Februari 1999
Alamat Desa	:	Jln. Buareng Dg Parani, Dusun Batu Tenge, Aska
Pengalaman Organisasi Islam	:	1. Himpunan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran
Riwayat Pendidikan	:	
1. SD/MI	:	SD Negeri No. 52 Pude
2. SLTP/MTS	:	SMP Negeri 2 Palae
3. SMU/SMA	:	SMA Negeri 2
4. DI/D2	:	IAI Muhammadiyah Sinjai
Handphone	:	085244124748
Email	:	mlak7566@gmail.com
Nama Orang Tua	:	Abd. Karim (Ayah) Nijwana (Ibu)



Similarity Report ID: oid:30061:43789310

PAPER NAME

karmila,kpi,170208009 semangat turnitin
g(1).doc

WORD COUNT

6220 Words

PAGE COUNT

39 Pages

SUBMISSION DATE

Sep 23, 2023 12:07 PM GMT+7



CHARACTER COUNT

40192 Characters

FILE SIZE

541.5KB

REPORT DATE

Sep 23, 2023 12:08 PM GMT+7

● 29% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 29% Internet database
- 15% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Submitted Works database
- Manually excluded sources

