

**INSTAGRAM DAN YOU TUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH
MAJELIS TAKLIM AL-AMIN KOTA SEMARANG
DI MASA PANDEMI COVID 19**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)



Oleh :

Hamdan Ikhwan Wicaksana

NIM. 1701026146

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2021

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Hamdan Ikhwan Wicaksana

NIM :1701026146

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/TV

Judul : Instagram Dan You Tube Sebagai Media Dakwah Majelis

Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih. *Wassalamu'alaikumussalam Wr. Wb.*

Semarang, 23 Juni 2021

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi dan

Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Nilnan Ni'mah M.S.I

NIP. 19800202200901 2 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hamdan Ikhwan Wicaksana
NIM : 1701026146
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Instagram Dan You Tube Sebagai Media Dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 23 Juni 2021

Pembuat Pernyataan,



Hamdan Ikhwan Wicaksana
NIM: 1701026146

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT tuhan penguasa alam yang menguasai hari pembalasan danyang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik dan juga hidayahnya dalam langkah-langkah kecil kehidupan penulis selama ini. Rabblah yang senantiasa memberikan ketenangan, kemudahan dan kekuatan yang tidak terbatas, Sehingga dengan Ridhonya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Instagram Dan You Tube Sebagai Media Dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasul Muhammad SAW yang telah membawa umatnya darizaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah yang penuh kemuliaan.

Rasa syukur yang dalam teriring rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu peneliti selama proses penulisan skripsi ini. Karenanya, di dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak- banyaknya kepada:

1. Yang terhormat, Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf dan jajaranya yang telah memberikan restu peneliti untuk menimba ilmu dan menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Yang terhormat, Dr. Ilyas Supena., M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, semua dosen dan staf di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo beserta jajaranya yang telah memberikan restu kepada peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini (Skripsi).
3. Yang terhormat H. M. Alfandi. M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam memotivasi peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini dan Ibu Nilnan Ni'mah., M.S.I selaku Dosen Pembimbing dan sekaligus Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan izin untuk penelitian ini.
4. Yang terhormat, Bapak Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah mengarahkan, mengkritik, mendidik, membimbing, dan memberikan ilmunya kepada peneliti selama dalam bangku perkuliahan.
5. Ayahanda tercinta Bapak Sutrisno, Ibunda tercinta ibu Heny Supriyati, Kakak

Wildan Ilham Wicaksana, Adek Ardan Ikhsan Wicaksana dan seluruh saudara-saudaraku.

6. Penghargaan dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua. Amin

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat peneliti berikan sebagai imbalan, kecuali do'a semoga Allah selalu membimbing langkah hidupnya dan membalas kebbaikanya dengan balasan yang lebih banyak dan lebih baik.

Skripsi yang kecil ini dibuat dengan usaha maksimal dari keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan baik dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penenliti harapkan demi kesempurnaan di masa yang akan datang.

Akhirnya dengan segala kesadaran dan kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi sederhana ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, hanya kepadaMULah kami menyembah dan hanya kepadaMULah kami meminta pertolongan.

Semarang, 23 Juni 2021



Hamdan Ikhsan Wicaksana
NIM.1701026146

PERSEMBAHAN

1. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orang tua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untuk saya. Terima kasih karena selalu ada untuk saya.

2. Kini setelah masa perjuangan itu berlalu, saya bersyukur pernah menjadi salah satu anak bimbinganmu. Sekali lagi saya ucapkan terima kasih untuk semua kritikan, masukan dan tuntutan baik yang telah bapak berikan. Terima kasih dosen pembimbing terhebat Nilnan Ni'mah., M.S.I

3. Ada beberapa perasaan yang menghangatkan hati saya: wawasan, inspirasi, dan syukur. Dan sungguh menakjubkan bagaimana Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang memberi saya semua hal di atas dan pada akhirnya saya merasa sangat berterima kasih kepada Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang sekaligus pengelola Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang.

4. Skripsi ini saya dedikasikan untuk orang-orang yang sangat saya sayangi, dan orang-orang yang menyayangi saya. Terkadang, ketika saya kehilangan kepercayaan pada diri saya sendiri, kalian di sini untuk percaya pada saya. Terkadang, ketika semuanya salah, kalian tampak dekat dan memperbaiki semuanya.

5. Terkhusus skripsi ini saya persembahkan untuk dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Almamater tercinta saya UIN Walisongo Semarang. Terima kasih telah menjadi rumah belajar yang menghangatkan dan memberikan wawasan berharga untuk saya

ABSTRAK

Hamdan Ikhwan Wicaksana (1701026146), Penelitian ini berjudul Instagram dan You Tube Sebagai Media Dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19. Berkembangnya media sosial dalam tatanan kehidupan mad'u menjadikan berbagai informasi dapat menembus ruang-ruang isolasi hingga ke pelosok nusantara. Di tengah pandemi Covid 19 yang tengah melanda berbagai negara di belahan dunia, media sosial cukup diandalkan untuk dapat menjadi media pertama yang menyebarkan informasi secara massif tanpa ada batasan ruang dan waktu. Salah satu bentuk eksplorasi pemanfaatan Instagram dan You Tube adalah dijadikannya Instagram sebagai media dakwah,

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan akun Instagram dan You Tube sebagai media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan cara atau prosedur statistic. Penelitian menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi, teknik wawancara dan teknik dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. sumber data primernya adalah wawancara dengan ketua Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang yaitu Habib Muhammad Nagib bin Hamid bin Syahab dan tim pengelola media. Sumber data sekunder berupa data tertulis, seperti buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif yang meliputi yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa dalam pengelolaan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah, Majelis Taklim Al-Amin Semarang membentuk tim khusus atau tim media yang bertanggung jawab untuk mengenai operasional akun Instagram dan You Tube. Terdapat beberapa tahap untuk mengunggah ke Instagram dan You Tube. Untuk mengunggah ke Instagram terdapat 4 tahap yaitu menyiapkan konten/materi dakwah, membuat caption, distribusi dan endorsement. Sedangkan mengunggah di akun You Tube paling tidak mengikuti 4 langkah yaitu Menyiapkan alat, Fotografi, Editing dan unggah. Dakwah melalui Instagram dan You Tube memberikan kemudahan bagi para jamaah untuk selalu mendapatkan siraman rohani meskipun tidak hadir di Majelis Taklim Al-Amin Semarang

Penelitian ini memberikan saran bahwa Kepada Tim Media, Hendaknya konten dakwah akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang dibuat secara terkonsep sesuai dengan tema-tema tertentu. Kepada da'i, hendaknya dapat mengunggah ceramahnya di media sosial Instagram dan You Tube. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan mampu mengembangkan tema penelitian yang lebih inovatif terkait dengan media sosial Instagram dan You Tube sebagai media dakwah

Kata Kunci : Instagram, You Tube, Media Dakwah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

A. Konsonan

No	Huruf Arab	Huruf Latin	No	Huruf Arab	Huruf Latin
1	ا		15	ض	Di
2	ب	B	16	ط	Th
3	ت	T	17	ظ	<u>Zh</u>
4	ث	Ts	18	ع	„a, „i, „u
5	ج	J	19	غ	Gh
6	ح	<u>H</u>	20	ف	F
7	خ	Kh	21	ق	Q
8	د	D	22	ك	K
9	ذ	Dz	23	ل	L
11	ر	R	24	م	M
11	ز	Z	25	ن	N
12	س	S	26	و	W
13	ش	Sy	27	هـ	H
14	ص	Sh	28	ي	Y

B. Vokal

Tanda	Nama	Huruf Latin
اَ	Fathah	A
اِ	Kasrah	I
اُ	Dhammah	U
اَيّ	Fathah dan Ya	Ai
اَوّ	Fathah dan Wa	Au

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
NOTA PEMBIMBING	II
PERNYATAAN KEASLIAN	III
KATA PENGANTAR	IV
PERSEMBAHAN	VI
ABSTRAK	VII
TRANSLITERASI	VIII
DAFTAR ISI	X
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Metode Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	16
BAB II: KERANGKA TEORETIK	18
A. Instagram.....	18
1. Pengertian Instagram	18
2. Sejarah Instagram.....	18
3. Fitur-fitur Instagram.....	19
B. You Tube.....	22
1. Pengertian You Tube	22
2. Sejarah Perkembangan You Tube.....	24
3. Karakteristik You Tube.....	25
4. Manfaat You Tube	26
5. Kelebihan dan Kekurangan You Tube.....	28
C. Media Dakwah	29
1. Pengertian Media Dakwah	29
2. Jenis-jenis Media Dakwah	30
3. Fungsi Media Dakwah	32
4. Bentuk Media Dakwah	33
D. Instagram Sebagai Media Dakwah	34
E. You Tube Sebagai Media Dakwah	35
F. Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang.....	36

BAB III: PROFIL MAJELIS TAKLIM AL-AMIN KOTA SEMARANG..... 39

- A. Sejarah Berdiri Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang 39
- B. Visi-misi Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang 40
- C. Struktur Organisasi Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang..... 42
- D. Kegiatan Dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang..... 42
- E. Pemanfaatan Instagram dan You Tube Sebagai Media Dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang..... 46

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 39

- A. Strategi Pengelolaan Akun Instagram di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang 52
- B. Strategi Pengelolaan Akun You Tube di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang 58
- C. Analisis Penggunaan Instagram dan You Tube di tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19 62

BAB V: PENUTUP 68

- A. Kesimpulan 68
- B. Saran..... 68
- C. Kata Penutup 70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama *rahmatan lil alamin*. Islam tersebar di penjuru dunia karena ajarannya yang mengandung unsur kedamaian dan menghadirkan ketenangan bagi para penganutnya (Siregar, 2015). Selain itu, Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalau berbuat baik kepada sesama baik seagama maupun beda agama (Wekke, 2013). Islam merupakan agama yang dipeluk mayoritas penduduk di Indonesia. Sebagai agama yang banyak dipeluk oleh penduduknya. Islam tentunya mempunyai peranan penting dalam perjalanan bangsa. Namun, Islam ternyata juga memiliki kemajemukannya sendiri, baik pada karakteristik ajaran, umat dan juga simbol keagamaan (Alfandi, 2013). Pesan damai yang dibawa oleh agama Islam merupakan pesan yang mengandung ajaran kebaikan yang sebarluaskan melalui kegiatan dakwah. Tujuan utama dakwah adalah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhai oleh Allah SWT, yakni dengan menyampaikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai Allah SWT sesuai dengan segi atau bidangnya masing-masing (Wekke, 2013). Keberhasilan kegiatan dakwah dapat dilihat apabila mad'u dapat mempraktikkan pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan oleh da'i dalam mengajak mad'u untuk meningkatkan kualitas diri yang lebih baik agar menjadi manusia yang terbaik atau sering disebut dengan *khoiru ummah* (Amin, 2009). Dakwah menjadi kebutuhan umat manusia khususnya orang yang beragama Islam (Hasanah, 2016). Melihat dakwah yang mempunyai peran penting dalam mendampingi manusia menuju kebahagiaan dunia dan akherat, menjadikan para da'i menggunakan berbagai metode atau cara dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Aktivitas dakwah adalah kegiatan menyampaikan materi dakwah (mengajak, mengajar, mendengar, dan sebagainya) kepada objeknya untuk mencapai tujuan. Materi dakwah yang disampaikan sifatnya selalu religius

(*psychis*), maka dalam penyampaianya memerlukan cara-cara atau strategi yang baik agar efektif dan efisien demi mencapai tujuan yang akan dicapai. Strategi dakwah artinya sebagai metode, siasat, taktik, atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah (Amin, 2009)

Pada masa kehidupan Nabi Muhammad saw, media yang paling banyak digunakan adalah media auditif; yakni menyampaikan dakwah dengan lisan. Namun tidak boleh dilupakan bahwa sikap dan perilaku Nabi juga merupakan media dakwah secara visual yaitu dapat dilihat dan ditiru oleh objek dakwah. Sejarah dakwah kemudian mencatat bukan hanya pengembangan materi dan objek dakwah, melainkan juga mencari media-media dakwah yang efektif. Ada yang berupa media visual, auditif audio visual, buku-buku, koran, radio, televisi, drama dan sebagainya. Kemudian berkembang pula gagasan untuk menggunakan media dakwah melalui pemenuhan kebutuhan pokok manusia seperti sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan, dan sebagainya (Pimay Awaludin & Wafiyah, 2005).

Komunikasi akan berhasil dengan baik, jika suatu strategi digunakan dalam melakukan komunikasi. Tentunya setiap komunikator memiliki strategi yang berbeda-beda dalam melakukan komunikasi. Salah satu alternatif berdakwah yang bisa digunakan oleh da'i yaitu menggunakan media sosial. Allah berfirman dalam QS. An-Nahl : 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk" (Depag, 1984).

Pada ayat di atas, terdapat tiga metode dakwah fundamental antara lain metode *bil-hikmah*, yakni metode yang mampu menjelaskan kebenaran serta menghilangkan kesalahpahaman melalui tutur kata yang tegas mempengaruhi jiwa (proporsional). Yang kedua adalah metode *almauidhah al-hasanah* yang berarti ajakan yang baik. Dengan memberikan nasihat, perkataan yang lembut, penuh dengan keikhlasan, menyentuh hati sanubari, menggetarkan hati mad'u untuk terdorong melakukan aktivitas yang baik, dan yang terakhir adalah metode *mujadalah billati hiya ahsan* artinya adalah bantahan yang lebih baik, yang memberi manfaat, bersikap tenang dan mampu menahan amarah (Affandi, 2005).

Pada era kontemporer ini dakwah dihadapkan pada berbagai tantangan dan problematika yang semakin kompleks. Hal ini tidak terlepas dari adanya perkembangan dan dinamika masyarakat yang semakin maju dan beradab. Pada masyarakat agraris di mana kehidupan manusia penuh dengan kesederhanaan dan kesahajaan tentunya terdapat problematika hidup yang berbeda dengan masyarakat kontemporer sekarang ini yang cenderung materialistik dan individualistik. Begitu juga tantangan dan problematika dakwah akan dihadapkan pula pada berbagai persoalan yang sesuai dengan tuntutan pada era sekarang ini. Dalam menghadapi tantangan globalisasi, lembaga dakwah Islam perlu membenahi diri. Pembenahan diri ini meliputi modernisasi sistem organisasi, strategi dan metode kerja untuk dapat berhasil memenuhi tuntutan masyarakat modern. Dalam rangka itu, semua ormas Islam ataupun organisasi dakwah Islam dituntut mampu menawarkan pemahaman Islam yang modern (Badruttamam, 2005).

Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara baik lisan maupun tulisan, melalui media konvensional maupun media digital. Dewasa ini banyak kita temui dakwah melalui berbagai media penghantar seperti media komunikasi digital berupa internet dengan berbagai macam pilihan layanan yang dikembangkan dari internet. Era digital menjadikan komunikasi memasuki babak baru. Teknologi baru yang semakin maju, internet semakin mudah diakses, aplikasi semakin banyak dan media sosial untuk berkomunikasi juga

semakin beragam. Setiap orang dengan berbagai piranti digital (Komputer, laptop, *smartphone* ataupun perangkat sejenisnya) bisa dengan mudah mengakses berbagai Informasi. Fenomena ini lazim disebut sebagai *new wave technology*. Fenomena ini didukung oleh perangkat informasi yang semakin canggih sehingga memunculkan gelombang revolusi teknologi baru. Kekuatan utama dari *new wave technology* terletak pada perangkat informasi baru seperti komputer, *Smartphone* serta akses internet yang semakin mudah dan murah. Seperti yang telah diungkap diatas, salah satu media yang disebut *new wave technology* ini adalah Internet, pintu yang dapat diakses menuju jagad raya konten dalam *cyberspace* (McQuail, 2011).

Salah satu produk layanan internet yang lahir berkat adanya internet adalah jejaring sosial. Jejaring sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai media komunikasi baru, dimana jarak seakan tidak lagi menghambat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu yang singkat. Dengan kata lain masing-masing penemuan media baru diharapkan dapat memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia (Nurudin, 2012).

Diantara penemuan-penemuan di dunia media sosial salah satunya adalah Instagram. Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang Kevin dan Mike kembangkan sendiri, Burbn.Inc, hingga akhirnya diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2012. Penggunaan Instagram awalnya sebatas untuk berbagi momen diri, bersosialisasi dengan teman atau keluarga serta mencari teman baru. Namun seiring waktu, Instagram sebagai media sosial yang berbasis gambar, video serta teks itu menjadi lahan yang sangat luas untuk dieksplorasi pemanfaatannya. Sehingga banyak kita temui akun-akun Instagram yang dimanfaatkan sebagai online shop, akun dakwah, akun hiburan, akun komunitas, akun resmi perusahaan/pemerintahan dan berbagai macam layanan jasa.

Selain Instagram, ada media sosial yang lain yang berbasis gambar, video serta teks yakni You Tube. You Tube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat,

menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan Februari tahun 2005 oleh tiga orang mantan karyawan *PayPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.

Dominasi sosial Media yang banyak digunakan seperti You Tube dan Instagram yang memang menjadi pavorit dikalangan masyarakat Indonesia dengan jumlah pengguna dalam mengakses You Tube sekitar 88% dan Instagram dengan 79%. Data diatas sangat mengejutkan sekali melihat perkembangan media sosial di Indonesia yang sangat signifikan mengalami perkembangan dan kemajuan. Dengan jumlah data seperti itu maka dapat kita gambarkan pula bagaimana perilaku orang atau kelompok yang menggunakan media sosial saat ini ditegah pandemi virus korona. Dalam hal ini Masyarakat virtual sepertinya sangat menaruh perhatian yang tinggi terhadap media sosial sehingga terlihat dari 64 % masyarakat mampu mengakses internet dengan durasi rata-rata 7 jam 59 menit sampai dengan 8 jam perharinya (Junawan & Laugu, 2020).

Berdasarkan data statistik diatas maka media sosial Instagram dan You Tube adalah salah satu platform yang menduduki posisi paling populer yang di Indonesia dimulai dari usia 16 hingga 64 tahun persentase penggunaan media sosial You Tube mencapai 88% dan Instagram 79%. Dalam hal ini berdasarkan data tersebut maka keseluruhan pengguna media sosial di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 160,0 juta pengguna pada Januari 2020, meningkatnya pengguna media sosial dengan 12 juta kurang lebih 8,1% antara April 2019 dan Januari 2020 (Junawan & Laugu, 2020).

Salah satu bentuk eksplorasi pemanfaatan Instagram dan You Tube adalah dijadikannya Instagram sebagai media dakwah, Adanya berbagai macam fitur yang bisa digunakan pada akun Instagram dan You Tube, membuat Instagram dan You Tube menjadi primadona media dakwah kekinian. Maka tak heran bila sekarang ini lazim kita temukan media sosial Instagram dan You Tube yang dijadikan sebagai media dakwah oleh lembaga dakwah maupun para da'i. Melalui akun Instagram dan You Tube, para da'i bisa menyampaikan

dakwahnya secara efektif dan efisien, karena mudah diakses, memiliki jutaan pengguna, simpel dan tidak membosankan karena bisa diisi dengan berbagai visual yang menarik untuk dilihat, dibaca, dan diperhatikan. Oleh karena kemudahan dan keefektifan penggunaan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah, kini banyak bermunculan aktivis dakwah yang menggunakan Instagram sebagai sarana untuk berdakwah.

Pemanfaatan media sosial Instagram dan You Tube diterapkan oleh Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang. Hal ini mengingat bahwa jamaah Majelis Taklim Al-Amin rata-rata berusia 20-40 tahun, sehingga memudahkan pengelola Majelis Taklim dalam memanfaatkan media sosial dalam menunjang eksistensi dalam berdakwahnya. Akun Instagram dan You Tube dikelola oleh Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang melalui tim media yang bertugas secara khusus untuk merumuskan konten dakwah, mendistribusikan konten secara luas baik kepada *follower* maupun kepada masyarakat umum melalui jejaring online secara masif. Akun @majelistaklim.alamin memiliki ribuan *follower* aktif yang selalu mengikuti postingan bermuatan dakwah maupun kajian undangan kajian mingguan dan bulanan. Dalam menyampaikan pesan dakwahnya, akun Instagram dan You Tube Majelis Taklim Al-Amin mengemas postingan dengan menampilkan pesan – pesan dakwah. Majelis Taklim Al-Amin menggunakan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah sejak tahun 2018.

Penggunaan Instagram dan You Tube menjadi media yang utama sejak adanya wabah virus covid 19. Sebelum pandemic Covid-19 jamaah lebih suka datang secara langsung ke Majelis Taklim Al-Amin. Akan tetapi kondisi tersebut berbalik ketika adanya wabah virus covid-19. Berdasarkan pengajian rutin majelis taklim al-amin pada tanggal 12 februari 2021 terdapat perbedaan jumlah mad'u yang datang secara langsung dan secara online. Mad'u yang datang secara langsung sejumlah 100 orang dan yang datang secara online melalui media sosial Instagram sebanyak 317 orang dan melalui media sosial You Tube 405. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial Instagram dan You Tube menjadikan mad'u mudah dalam mengikuti kegiatan dakwah. Sejalan

dengan ini, penelitian M. Arif Wicaksono menjelaskan bahwa Media Sosial Instagram dapat secara signifikan meningkatkan minat mad'u untuk mendengarkan pesan dakwah. Ulfa Fuzia Zahra dkk dalam penelitiannya menjelaskan bahwa media sosial Instagram mampu menyebarkan pesan dakwah pada banyak orang atau khalayak ramai secara serentak dan lebih efisien, meniadakan jarak antara da'I dan mad'u (Zahra, 2017).

Media sosial You Tube juga menawarkan banyak kemudahan untuk dijadikan metode dakwah. Melalui kata kunci tertentu pengguna You Tube bisa memperoleh informasi yang diinginkan. Platform media sosial memiliki konten yang bermacam-macam termasuk didalamnya adalah dakwah Islam dan pendidikan Islam. You Tube Dalam konteks pendidikan Islam beberapa konten dakwah bisa dijadikan sebagai media pembelajaran atau pengayaan materi yang selama ini masih terbatas pada buku pelajaran (Cahyono & Hassani, 2019). You Tube sebagai salah satu sarana komunikasi dakwah oleh para dai cukup membantu dalam melaksanakan aktivitas dakwah. Penggunaan media sosial You Tube yang dirasakan oleh masing-masing dai dalam melaksanakan aktivitas dakwah lebih memperlihatkan kelebihan dari pada kekurangannya, sehingga menjadikan You Tube sebagai sarana komunikasi dakwah yang cukup efektif (Hajar, 2018).

Eksistensi Majelis taklim Al-Amin di media sosial didukung oleh pengelolaan/ manajemen media sosial yang intensif. Media sosial Instagram dan You Tube memudahkan dalam menyampaikan pesan dakwah. Pesan dakwah disampaikan melalui *live streaming*, video pendek, kajian, dan feed yang biasanya berisi postingan-postingan mengenai pamflet kegiatan, foto jamaah ketika mengikuti kegiatan majelis taklim berubah menjadi postingan-postingan dakwah yang berisi tentang hadits, ayat-ayat Al-Qur'an, dan kata-kata mutiara. Namun eksistensi media sosial Instagramnya semakin meningkat semenjak pandemi Covid-19 datang.

Semenjak Pandemi Covid-19 melanda, seluruh kegiatan-kegiatan offline majelis tersebut berjalan sesuai protokol kesehatan hingga pembatasan jamaah. Pada saat sebelum pandemi covid-19 lebih dari 500 jamaah yang hadir

dalam pengajian rutin Majelis taklim Al-Amin Semarang. Akan tetapi di masa pandemi covid-19 yang mana dibatasi kerumunan atau pertemuan berskala besar menjadikan hanya 100 jamaah yang dapat hadir dalam rutinan Majelis taklim Al-Amin Kota Semarang. Untuk mengatasi permasalahan pembatasan pandemi tersebut, pengurus Masjlis Taklim Al-Amin membuat terobosan baru yaitu jamaah yang tidak bisa hadir tetap dapat mengikuti pengajian melalui *live streaming* Instagram dan you-tube.

Hal ini membuktikan bahwa pemilihan media dan model kemasan dakwah yang dilakukan oleh akun Instagram dan You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang cukup berhasil menumbuhkan animo pengikutnya untuk mendapatkan pesan – pesan dakwah secara reguler dari akun Instagram dan You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang. Berangkat dari kenyataan yang telah peneliti paparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait dengan analisa penggunaan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian, yaitu bagaimana strategi penggunaan akun Instagram dan You Tube sebagai media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19 ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan akun Instagram dan You Tube sebagai media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khazanah kelimuan pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan khususnya pada media sosial Instagram dan You Tube sebagai media dakwah.
2. Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan wawasan dan pedoman dalam merencanakan, melaksanakan program dakwah secara digital. Dengan demikian diharapkan adanya peningkatan kualitas keIslaman umat Islam, sehingga dapat ditiru dikembangkan oleh lembaga dakwah lainnya.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, sebelum penulis mengadakan penelitian lebih jauh dan kemudian menyusunnya menjadi karya ilmiah, maka langkah awal yang penulis tempuh adalah mengkaji terlebih dahulu karya ilmiah yang mempunyai judul hampir sama dengan yang akan penulis teliti. Adapun maksud dari tinjauan pustaka ini adalah untuk mengetahui bahwa permasalahan yang penulis teliti berbeda dengan yang diteliti sebelumnya. Setelah penulis mengadakan kajian pustaka, penulis akhirnya menemukan beberapa skripsi yang memiliki judul yang hampir sama dengan yang akan penulis teliti. Skripsi tersebut antara lain :

1. Skripsi M. Fahmi Abdul Ghoni (2018) dengan judul “Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang”. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah yang digunakan oleh kalangan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang untuk melakukan aktifitas dakwah melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis

kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah Instagram dikalangan mahasiswa KPI sangatlah populer yaitu terdapat 90.3% dari total mahasiswa KPI, namun mayoritas mahasiswa KPI tidak menggunakannya untuk berdakwah meskipun dari semester awal sudah mendapatkan banyak materi tentang ilmu kedakwaan. Penelitian ini mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang akan dilakukan penulis. Persamaan antara skripsi yang ditulis oleh M. Fahmi Abdul Ghoni dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada jenis media online yang diteliti, yaitu sama – sama menggunakan media online sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada media sosial yang diteliti. Dalam skripsi yang ditulis oleh M. Fahmi Abdul Ghoni hanya menggunakan media sosial Instagram, sedangkan penggunaan media sosial yang penulis teliti adalah Instagram dan You Tube. Hasil dari penelitian tersebut adalah dari 94 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2013 tercatat yang memiliki Instagram berjumlah 84 mahasiswa dan 9 mahasiswa tidak memiliki akun Instagram. Namun dari banyaknya mahasiswa yang memiliki akun Instagram hanya 7 mahasiswa saja yang menggunakan akun instgramnya sebagai media dakwah. Hal itu dibuktikan dengan postingan yang berisi pesan dakwah yang di unggah oleh 7 mahasiswa tersebut. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2013 banyak menggunakan Instagram, tetapi sedikit yang menggunakannya sebagai media dakwah.

2. Skripsi Saiful Anam (2019) dengan judul “Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah di Komunitas Nongkrong Tobat Santrendelik”. Penelitian ini merupakan penelitian yang mencoba menjabarkan tentang penggunaan Instagram sebagai media dakwah di komunitas Nongkrong Tobat sebagai trend media dakwah baru. Penelitian ini terfokus pada penggunaan Instagram sebagai media dakwah, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan

pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah ditemukan bahwa anggota Komunitas Nongkrong Tobat Santrendelik mayoritas menggunakan Instagram sebagai media dakwah. Berbagai macam fitur untuk mengunggah pesan dakwahnya baik berupa foto, story maupun video. Penggunaan Instagram sebagai media dakwah di Komunitas Nongkrong Tobat Santrendelik melalui beberapa tahapan, yaitu perumusan konten, olah desain grafis, posting dan kemudian didistribusikan. Penelitian ini mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang akan dilakukan penulis. Persamaan antara skripsi yang ditulis oleh Saiful Anam dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada media online yang diteliti, yaitu sama – sama menggunakan media online sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada media sosial yang diteliti. Dalam skripsi yang ditulis oleh Saiful Anam hanya menggunakan media sosial Instagram, sedangkan penggunaan media sosial yang penulis teliti adalah Instagram dan YouTube. Hasil dari penelitian tersebut adalah komunitas nongkrong tobat santrendelik memiliki 4 media sosial yang digunakan sebagai media dakwah, diantaranya Instagram, facebook, twitter dan YouTube. Namun dari 4 media sosial tersebut yang paling sering digunakan oleh komunitas nongkrong tobat santrendelik adalah Instagram. Karena Instagram dinilai sebagai media sosial favorit saat ini, khususnya di kalangan anak muda dan menjadi media dakwah yang sangat efektif karena maraknya orang-orang menggunakan internet dan orang-orang mencari dakwah melalui media sosial.

3. Skripsi Imas Mutiawati (2018) dengan judul “Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)”. Penelitian ini terfokus pada studi fenomenologi dakwah di Instagram, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah

Pertama, bentuk dakwah bil lisan jika diterapkan pada Instagram yaitu melakukan siaran langsung ceramah atau 150 pengajian dengan menggunakan fitur Instagram live, mengunggah konten video dakwah menggunakan fitur Instagram TV dan Instagram video, melakukan diskusi atau tanya jawab pada fitur Instagram direct (direct message). *Kedua*, bentuk metode dakwah Bil Hal pada Instagram yaitu mengunggah kegiatan amal pada fitur Instagram foto dan Instagram story dan menjadikan akun Instagram pribadi sebagai media untuk berdakwah. *Ketiga*, bentuk metode dakwah bil lisan di Instagram yaitu menulis konten dakwah melalui fitur Instagram caption dan Instagram story. Penelitian ini mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang akan dilakukan penulis. Perbedaannya terletak pada apa yang diteliti. Dalam skripsi yang ditulis oleh Imas Mutiawati meneliti tentang bagaimana fenomena yang terjadi ketika dakwah menggunakan Instagram, sedangkan yang diteliti oleh penulis teliti adalah bagaimana penggunaan Instagram dan You Tube. Hasil dari penelitian tersebut adalah peran besar media sosial untuk para aktivis dakwah yang menyebarkan pesan dakwahnya melalui media sosial. Media sosial tersebut adalah Instagram. Fenomena dakwah di Instagram tersebut sangat berperan besar untuk para aktivis dakwah dalam meningkatkan popularitasnya.

4. Skripsi Nia Saniyah (2012), berjudul “Dakwah Islam Melalui Facebook (Studi Terhadap Materi Dakwah Update Status dan Comment Facebook pada Group (Komunitas Muslim Indonesia)”. Skripsi ini menggunakan metodologi penelitan diskriptis dengan jenis penelitian content analysis. Hasil penelitian ini adalah Keuntungan dari dakwah via facebook yaitu, bisa diakses kapan saja dan dimana saja asalkan ada sinyal yang terhubung kepada internet. Karena dakwah via facebook merupakan cara yang berbasis teknologi yaitu dengan menggunakan seperangkat komputer atau alat telekomunikasi dan memanfaatkan fasilitas internet. Penelitian ini mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian

yang akan dilakukan penulis. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nia Syaniah adalah pada aspek media yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan media sosial, sedangkan perbedaannya penulis dengan peneliti Nila Syaniya adalah fokus penelitian, penulis meneliti tentang bagaimana penggunaan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah, sedangkan Nila Syaniah meneliti materi yang di sampaikan oleh Facebooker melalui update status dan komentar.

5. Skripsi Fifit Fidika (2012), berjudul “Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham), dalam penelitiannya, Fifit Fidika menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian yang tidak menggunakan statistik dalam pengumpulan data. Dalam penelitiannya, Fifit Fidika menganalisis materi yang bermuatan dakwah yang terdapat dalam akun ustadz-ustadz terkenal di Indonesia seperti ustadz Yusuf Mansur, Felix Siau, Aa Gym dan Arifin Ilham. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siau, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham di dalamnya mengandung materi dakwah dan nilai-nilai keagamaan. Penelitian ini mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang akan dilakukan penulis. Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fifit Fidika fokus kepada dakwah Yusuf Mansur, Felix Siau, Aa Gym, dan Arifin Ilham, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah dakwah di Majelis taklim al-amin kota Semarang. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan media sosial Instagram.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan cara atau prosedur statistik (Lexy. J.Moleong, 2002). Dalam hal ini, peneliti tidak mengejar yang terukur dan tidak menggunakan logika matematik. Dalam penelitian ini peneliti tidak mewujudkan data yang diperoleh ke dalam bentuk angka, tetapi data - data penelitian disajikan dalam bentuk uraian dan penjelasan secara tertulis.

Pertimbangannya iadalah karena ipenelitian iini berupa idata-idata yang itertulis idan itidak imelalui perhitungan iangkai. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang berarti mengeksplorasi dan memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalami (Sugiyono, 2013).

2. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan dengan konsep yang jelas berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati. Definisi konseptual digunakan sebagai penjeles agar tidak terjadi kesalah pahaman pembaca terhadap judul “Instagram dan You Tube Sebagai Media Dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Di Masa Pandemi Covid 19)”. Maka perlu adanya penjelesan dan batasa-batasan definisi dari judul tersebut.

Instagram merupakan aplikasi yang tersedia untuk perangkat telepon pintar (*smartphone*) yang fungsinya untuk memotret dan mengolah foto agar terkesan antik (*vintage*), unik serta menarik dan disebarkan ke komunitas jejaring Instagram. Instagram disebut juga *platform* berbagi foto antara satu anggota dengan anggota lainnya dari seluruh dunia.

You Tube adalah aplikasi baru atau new media yang digunakan untuk melihat unggahan video yang disebar oleh orang lain. You Tube merupakan sebuah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Para pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. konten video yang terdapat dalam You Tube biasanya seperti video klip, film, tv, serta video buatan para pengguna You Tube sendiri

Media dakwah, adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. . Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti media sosial Instagram dan You Tube

3. Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini sumber datanya hanya terdiri dari sumber data primer saja ;

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 1997). Berkaitan dengan hal itu, dalam penelitian ini sumber data primernya adalah wawancara dengan ketua Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang yaitu Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos dan Habib Muhammad Nagib bin Hamid bin Syahab serta wawancara dengan tim media Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang yaitu Angga (Koordinator) dan Wahyu Nugroho (Admin).

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2009). untuk dapat mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan maka kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut

a. Teknik Observasi

Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data dalam penelitian dengan cara terlibat secara langsung terhadap obyek yang

diteliti dengan jalan memperhatikan dan mencatat segala hal-hal penting untuk mendapatkan gambaran dan persepsi maksimal tentang obyek penelitian (Surakhmad, 1989). Penggunaan metode observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang termasuk penggunaan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah yang diterapkan oleh Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang. Dalam hal ini peneliti akan melakukan pengamatan terhadap akun Instagram dan You Tube dari Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang.

b. Teknik *Interview*

Metode interview merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada seseorang atau pihak yang terkait dan berwenang dalam suatu masalah (Soewadji, 2012). Atau menghendaki komunikasi langsung dengan subyek atau sampel (Surakhmad, 1989). Dalam penelitian ini, metode interview digunakan untuk mewawancarai pengasuh dan tim media Instagram dan You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang.

c. Teknik Dokumentasi

Metode Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2002). Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi tentang penggunaan akun Instagram dan You Tube sebagai media dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang.

5. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis dari ahli yang bernama Miles dan Huberman keduanya mengajukan model analisis data yang

disebutnya sebagai model interaktif. model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu reduksi data; penyajian data; dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis (Miles, 2009). Adapun tahap-tahap analisis data:

- a. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- b. Mengedit seluruh data yang masuk dan diperoleh melalui penelitian.
- c. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan.
- d. Melakukan analisa terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab sebuah rumusan masalah.

6. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk dapat memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka akan dijabarkan dalam sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, terdiri dari:

BAB I. Pendahuluan

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. Instagram, You Tube, Media Dakwah dan Majelis Taklim Al Amin

Bab ini akan menjelaskan tentang Pengertian Instagram, Sejarah Instagram, dan Fitur-fitur Instagram. Selain itu, BAB ini akan menjelaskan Pengertian You Tube, Sejarah Perkembangan You Tube, Karakteristik You Tube Manfaat You Tube, kelebihan dan kekurangan You Tube. Adapun pembahsan yang lainnya adalah jenis-jenis media dakwah,

fungsi Media Dakwah dan Majelis Taklim Al-Amin Semarang.

BAB III. Profil Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang

Bab ini membahas tentang profil Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang, yang pertama membahas tentang gambaran umum meliputi sejarah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang, stuktur pengurus dan kepemimpinan, visi dan misi. Kedua, membahas tentang penggunaan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang bagaimana pengelolaan akun You Tube dan Instagram serta analisis penggunaan You Tube dan Instagram Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang di masa pandemi covid 19.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir dari skripsi yang berisi kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

BAB II KERANGKA TEORETIK

A. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram terdiri dari dua kata “*Insta*” dan “*Gram*”. Kata “*Insta*” berasal dari kata “*Instan*”, yang berarti bahwa Instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga Instagram dapat mengacu ke kata “*instan-telegram*”.

Instagram merupakan aplikasi yang tersedia untuk perangkat telepon pintar (*smartphone*) yang fungsinya untuk memotret dan mengolah foto agar terkesan antik (*vintage*), unik serta menarik dan disebarakan ke komunitas jejaring Instagram. Instagram disebut juga *platform* berbagi foto antara satu anggota dengan anggota lainnya dari seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri berukuran raksasa dimana setiap orang bisa melihat hasil karya pengguna Instagram yang lain dan menciptakan jaringan pertemanan. Jadi bila ditarik kesimpulan paling sederhana, Instagram adalah aplikasi untuk memotret, mengedit dan menyebarkan foto tersebut ke komunitas pengguna Instagram lainnya (Jubilee, 2015).

2. Sejarah Instagram

Welcome To Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo *sharing revolutioner* Instagram. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn.inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (Apple), Bill Gates pendiri (Microsoft), Mark Zuckerberg pendiri (Facebook), Matt

Mullenweg pendiri (Wordpress), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk *revolusioner* sejak usia muda (Atmoko, 2012). Kevin mendirikan perusahaan *startup* yang dinamainya Burn.Inc, setelah dua minggu Mike Krieger masuk dalam timnya Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek *right here right now* dengan ide merekam sesuatu dalam 13 kehidupan pengguna.

Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama Instagram. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada *platform* diandroid. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan *photo sharing* dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah *booming* kehadirannya di android, perusahaan ini diakuisi oleh facebook (Atmoko, 2012).

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk *platform* IOS (operasi sistem milik apple) pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna.

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial seperti Facebook dan Twitter, dan termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima

menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah pada tampilan Instagram. Menu itu antara lain adalah:

a. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto atau video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu dengan menggeser layar ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer, maka akan terlihat postingan atau konten-konten yang di unggah pengguna.

b. *Explore*

Explore adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Bisa merupakan fotofoto dan video dari artis terkenal atau foto-foto pemandangan yang menakjubkan. Atau foto-foto yang menarik bagi pengguna.

c. *News Feed*

News Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemeritahuan terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna. *News Feed* memiliki dua jenis tab yaitu "*following*" yang menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna ikuti dan "*news*" yang menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna Instagram terhadap foto yang dibagikan.

d. Profil

Profil adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu profil dari milik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diunggah, jumlah *following* dan *followers*.

e. *Stories*

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur *home*, namun dalam fitur ini *Stories* atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, setiap *stories* yang di buat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Fitur ini lebih terlihat seperti kilas-kilas singkat untuk membagikan momen dengan mudah (Atmoko, 2012).

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di unggah ke Instagram menjadi lebih menarik dan bermakna, antara lain yaitu:

a. *Captions*

Captions atau keterangan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Captions* dibuat ketika sedang membuat konten foto atau video yang akan di posting.

b. *Hashtag*

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto dan video di Instagram dengan *hashtag* tertentu.

c. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi Instagram sehingga aplikasi ini menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:

a. *Follow*

Follow berarti ikut, *followers* adalah pengikut, dari pengguna Instagram agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain bisa

meng-klik follow. Jumlah pengikut dan yang mengikuti akan terlihat di laman profil pengguna.

b. *Like*

Like adalah ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar atau video pada Instagram, simbol suka pada Instagram berbeda bentuk dengan simbol pada facebook yang berbentuk jempol, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati, menyukai atau like konten dilakukan dengan cara menekan tombol like dibagian bawah captions yang bersebelahan dengan komentar atau bisa dengan double tap (mengetuk dua kali) pada konten yang disukai.

c. *Comments*

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

d. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut (Atmoko, 2012).

B. You Tube

1. Pengertian You Tube

Nur Rohim (2019:20) You Tube menurut Dr. Rulli Nasrullah adalah media sosial berbasis internet dengan konten video, dalam media tersebut seseorang dapat memberikan berbagai informasi dengan cara membuat channel. Pemilik channel tersebut adalah khalayak yang mempunyai akun. Dari tiap channel tersebut pengguna dapat mengunggah video dengan

berbagai kategori. Proses unggahan video tersebut seperti gambaran pada sebuah channel televisi yang dikemas dalam media sosial.

You Tube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa “gambar bergerak” dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung, kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (mengunggah) video ke server You Tube dan membaginya ke seluruh dunia. You Tube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di You Tube adalah video klip, film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Salah satu layanan dari google ini, memfasilitasi penggunanya untuk meng-unggah video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis.

Gede Lingga (2019:264) menegaskan bahwa pada dasarnya, You Tube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip music dari musisi tertentu, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.

You Tube adalah aplikasi baru atau new media yang digunakan untuk melihat unggahan video yang disebar oleh orang lain. You Tube merupakan sebuah situs web yang digunakan untuk berbagi video. Para pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. konten video yang terdapat dalam You Tube biasanya seperti video klip, film, tv, serta video buatan para pengguna You Tube sendiri (Tamburaka, 2013).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa You Tube merupakan sebuah media online yang digunakan oleh seluruh masyarakat, baik itu di Indonesia maupun di luar Negeri, mereka menggunakan You Tube untuk

mendapatkan informasi ataupun sebagai hiburan bagi orang yang sering menonton You Tube. Tidak hanya itu kebanyakan dari mereka memiliki akun You Tube, yang digunakan sebagai media untuk berbagi pengalaman, dan pengetahuan mereka

2. Sejarah Perkembangan You Tube

You Tube diciptakan oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan paypal yaitu chad hurley, chen dan karim alumnus. Diaktifkan 05 februari 2005. Perkantoran ini berpusat di san Bruno, California, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video di unggah setiap hari dan situs ini menerima 100 juta kunjungn video perhari (Indhi, 2019)

Aplikasi You Tube dapat digunakan dimanapun dan kapanpun dan oleh siapapun dengan menggunakan basis internet. Seiring perkembangan zaman yang semakin baru You Tube dapat menjadi inovasi baru karena You Tube disediakan untuk melakukan pencarian informasi video dan setiap orang dapat menontonnya secara langsung.

Perkembangan media You Tube sangat pesat pada tahun 2006, pada tahun itu media You Tube telah berhasil menjadi media terpopuler sehingga dapat memberikan beranekaragam manfaat. Berawal hanya mengunggah atau mengunggah video sederhana sekarang dapat di gunakan untuk live streaming, dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi manfaatnya (Faiqah et al., 2016).

You Tube pada tahun 2006 menyebutkan bahwa menjadi situs online video provider paling dominan di amerika serikat, bahkan dunia dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video di unggah ke You Tube setiap menitnya dengan 6 miliar views perhari. You Tube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi You Tube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh sang pengguna.

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna hampir sepertiga dari pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta video di You Tube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. You Tube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-24 dan 18-49 tahun dari pada jaringan kabel manapun di dunia.³² Bahkan sekarang You Tube tidak hanya digunakan oleh orang-orang dewasa saja tetapi anak-anak berusia dini pun sudah pandai menggunakannya.

You Tube sekarang ini juga digunakan oleh para tokoh da‘I untuk menyebarkan pesan dakwah video berupa nasihat agama. You Tube berisi konten video yang dikalsifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar sekaligus suara. Sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak (Ilaihi, 2010).

3. Karakteristik You Tube

Terdapat karakteristik dari You Tube yaitu adalah sebagai berikut :

- a. Tidak ada batas durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan You Tube dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal Instagram, snapchat, dan sebagainya.
- b. Sistem pengamanan yang mulai akurat. You Tube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
- c. Berbayar, saat ini seperti yang sedang viral dimana-mana, You Tube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke You Tube dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton, maka akan diberikan honorarium.
- d. Sistem offline, You Tube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya pada saat offline tetapi sebelumnya video tersebut harus di download terlebih dahulu.

- e. Tersedia editor sederhana, pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video (Faiqah et al., 2016).
- f. You Tube lebih menarik dan juga tidak membosankan dibandingkan dengan menonton televisi yang monoton dan berdurasi sekian menit, sehingga pengguna bebas menikmati tontonan tanpa terbatas dengan beragam konten yang disajikan

4. Manfaat You Tube

Faiqah, dkk. (2016:261-263) mengatakan bahwa *You Tube* juga memiliki manfaat, yaitu:

a. Sumber Informasi

You Tube bisa menjadi sumber informasi bagi kebanyakan orang. Bisa kita lihat sendiri banyak sekali informasi-informasi tentang berbagai hal. Misalnya *review* sebuah barang, berita, yang lewat, *infotainment*, informasi tempat wisata dan masih banyak lagi.

b. Media Promosi

Salah satu manfaat You Tube bisa menjadi sebuah media promosi bagi orang yang mempunyai produk yang ingin dipromosikan. Kita juga bisa mempromosikan apa saja disini, mulai dari jasa, produk, tempat wisata dan sebagainya bahkan *trailer film* itu juga termasuk promosi.

c. Mengakses Video *Streaming*

Siaran yang ditayangkan di televisi lokal, nasional bahkan internasional, bisa diakses melalui You Tube, baik siaran itu tentang maupun telah disiarkan.

d. Memberikan Layanan Gratis

Secara umum, You Tube menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video-video yang masuk dalam sistemnya.

e. Men-*download* (unduh) beberapa video tertentu

You Tube memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu. Video yang demikian yang biasanya berukuran HD atau *High Definition* sehingga jika seorang pengguna ingin menonton sebuah video berkali-kali, ia hanya perlu mengunduhnya

f. Mengakses Video *Informative*

Jika memperhatikan acara siaran TV belakangan, seringkali kita akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan *Courtesy: You Tube* di bagian bawah layar televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan You Tube sebagai referensi dalam menyusun konten acara

g. Mendukung Industri Hiburan

You Tube membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video *klip* dari penyanyi atau band kesayangan, *film* dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video ber-*genre* hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran You Tube di sini sangat berperan penting dalam menyukseskan dan memajukan industri dunia hiburan.

h. Memperkuat *Branding*

lembaga/Institusi Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, siswa yang ingin mengetahui video ilmiah

terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah, pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, You Tube digunakan sebagai media *branding* lembaga atau organisasi. Dengan merekam aktivitas rutin yang terjadi di dalam suatu lembaga atau lembaga-lembaga binaannya, khalayak dapat memiliki gambaran lebih untuk mengetahui suatu organisasi.

i. Mengetahui Respon dan Komentar Khalayak

Fitur ‘suka’ dan ‘komentar’ dalam You Tube sangat memudahkan pengguna yang mengunduh dan membagi sebuah video tertentu untuk mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya.

5. Kelebihan dan Kekurangan You Tube

You Tube memiliki kelebihan yaitu menjadi sumber informasi berbagai pihak, menjadi media promosi yang baik, sumber hiburan yang kaya akan kreativitas, menjadi sumber penghasilan, berbagi kegiatan dengan *live streaming*. Sedangkan kekurangan media You Tube adalah masih banyak *hoax*, masih ada konten-konten yang tidak pantas untuk dilihat oleh anak-anak dibawah umur, masih banyak video-video orang dewasa yang bisa diakses oleh siapa saja, dan masih banyak lagi. Adapun kelebihan dan kelemahan You Tube adalah sebagai berikut:

a. Kelebihan

- 1) Dengan You Tube kita bisa melihat dan mengambil berbagai video yang belum kita lihat di TV sebelumnya, sehingga kita tidak melewatkan informasi maupun *infotainment*.
- 2) Di Dalam You Tube terdapat menu “*search*” sehingga apabila kita masukkan nama atau jenis video yang ingin diambil maka akan secara otomatis dan cepat akan muncul video yang kita inginkan.

- 3) You Tube terdapat berbagai jenis format video yang bisa kita pilih sesuai dengan aplikasi pemutar video yang kita punya.
 - 4) Gambar video di You Tube sudah bagus sehingga kita nyaman dan jelas apabila menontonnya.
- b. Kekurangan
- 1) Apabila koneksi *internet* kita lama atau lambat *loading*, maka mengambil video di You Tube pun akan terganggu dan mungkin kita akan menunggu sampai pulih kembali.
 - 2) Video didalam You Tube umumnya memiliki ukuran atau kapasitas sangat besar.
 - 3) You Tube tidak menyediakan aplikasi pengambilan video di *website*, sehingga kita harus mencari aplikasi lain seperti *keepvid* dan You Tube *downloader*.
 - 4) You Tube menyediakan fasilitas *unggah* video bagi siapa saja, sehingga disini dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya saja *unggah* video porno dan video tentang penghinaan terhadap golongan tertentu.

C. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Media dakwah berasal dari dua kata yang berbeda yaitu media dan dakwah. Media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa inggris media bentuk dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata (Aziz, 2016). Wilbur Schraman mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Hafied Cangara (2007:25) menyatakan bahwa Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Secara etimologi, kata media merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berasal dari latin “medius” yang berarti tengah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat diartikan pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber dan penerima pesan. Media juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam proses penyajian informasi. Secara etimologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.

Fathul Bahri An-Nabiry (2016:17) Secara Bahasa dakwah berarti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu, mendo'a, atau memohon. Sedangkan dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah merupakan bentuk mashdar dari kata kerja *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru atau mengajak. Ropingi el Ishaq . Secara terminologis/istilah, kata dakwah didefinisikan oleh banyak tokoh dengan berbagai pengertian (ta'rif). Secara isti'la dakwah adalah mengajak (mendorong) manusia untuk mengikuti kebenaran dan petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat. Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar.

2. Jenis-Jenis media dakwah

a. Media Cetak

Media cetak ialah semua jenis tulisan atau barang cetakan disebut media cetak, media cetak dapat disebut sebagai media dakwah bila isi

cetakan mengandung pesan *amar ma'ruf nahyi munkar* atau pesan-pesan Islam. Jenis media cetak antara lain surat, brosur, benner, spanduk, surat kabar (Koran), majalah dan buku.

b. Media Audio

Media audio adalah media yang dapat didengar. Pesan-pesan dakwah hanya dapat didengar tapi tidak dapat dilihat. Media audio dipandang cukup efektif, terutama untuk kepentingan dakwah Islam. Jenis-jenis yang tergolong dalam media audio antara lain, radio dan tape recoder.

c. Media Audio Visual

Media ini lebih banyak daya tariknya karena memiliki dua dimensi, yaitu dapat didengar suaranya dan sekaligus dapat dilihat gambarnya. Media ini sering disebut sebagai media elektronik. Jenis yang termasuk kedalam media ini antara lain televisi, film dan video kaset.

d. Dakwah Melalui Media Internet

Di era teknologi informasi saat ini, peranan *new media* dan sosial media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di internet. Internet juga sudah sangat akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui handphone. Masyarakat yang sibuk dengan aktivitas kesehariannya mereka tidak terlalu banyak waktu menonton televisi dan membaca Koran untuk mendapatkan informasi. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi internet dari bangun tidur hingga tidur lagi dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Hal ini adalah kesempatan emas bagi *da'i* untuk memanfaatkannya sebagai media dakwah. Selain berdakwah lewat dunia nyata, *da'i* juga

diperlukan dakwah lewat dunia maya sebagai pendukung dakwah di dunia nyata. Karena mengingat berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat oleh ruang dan waktu (Abdullah, 2018).

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklarifikasi menjadi tiga macam yaitu:

- a. Media terucap (*the spoken word*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
- b. Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
- c. Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya (Aziz, 2016).

3. Fungsi Media Dakwah

a. Fungsi Menyebarkan Informasi

Fungsi ini adalah fungsi yang utama, kenyataan menunjukkan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka terhadap penyerapan informasi, yang dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh *mad'u*.

b. Fungsi Mendidik

Fungsi ini yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah juga sebagai proses pendidikan, sebab materi dakwah yang disampaikan banyak mengandung pengetahuan dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik.

c. Fungsi Menghibur

Dalam fungsi ini media dakwah dalam Islam memiliki prinsip penyampaian pesan dakwah dengan cara menghibur, artinya muatan

pesan dakwah dapat berupa hal-hal yang menyenangkan hati para objek dakwah

d. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi ini membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Jika dikolerasi fungsi ini mempunyai relevansi dengan esensi fungsi media dakwah, yaitu suatu media yang dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sikap *mad'u* dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

4. Bentuk Media Dakwah

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indera manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah. Berdasarkan banyaknya, komunikasi yang dijadikan sasaran di klasifikasikan menjadi dua, yaitu “media massa” dan “media nirmassa (Cangara, 2012).

a. Media massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakkan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikasi yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi, untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam ubah sikap, perilaku, pendapat komunikasi dalam jumlah yang banyak.

b. Media Nirmassa

Media nirmassa biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang – orang tertentu atau kelompok – kelompok tertentu, seperti surat, telephone, sms, telegram, faks, papan pengumuman, poster, kaset audio, CD, *e-mail*, dan lain-lain. Semua itu di kategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikasinya tidak bersifat masal.

D. Instagram Sebagai Media Dakwah

Pertumbuhan pesat yang dialami oleh instagram menjadi daya tarik tersendiri oleh masyarakat. Indonesia adalah negara pemakai instagam terbesar di Asia Pasifik (Hasibuan, 2019). Pengguna instagram di Indonesia 59 persen adalah anak muda usia 18-24 tahun yang terdidik dan mapan, selain itu masyarakat Indonesia menggunakan instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman saat bepergian, dan mencari informasi dan tren terbaru (Zahra, 2017). Instagram digunakan oleh berbagai kalangan dan profesi, khususnya bagi penggiat dakwah di media sosial, dikarenakan maraknya pengguna sosial media yang mencari materi-materi atau informasi di instagram.

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang di bagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibanding informasi tersebut tayang di televisi (Atmoko, 2012). Hal tersebut karena para pengguna Instagram memiliki dorongan untuk mengunggah informasi tersebut dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi tersebut mendapat respon dan menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya

Dengan keunikan Instagram yang ada pada bingkai foto maupun video berbentuk persegi, juga fitur edit foto maupun video inilah yang menjadi penarik minat pengguna untuk memposting di Instagram. Keunikan lain

Instagram ada pada durasi video yang diberikan oleh Instagram yaitu tidak melebihi 60 detik, sehingga menjadi sebuah tantangan bagi pengguna agar bisa mengemas pesannya dengan lebih baik karena batas waktu yang disediakan oleh Instagram.

Penggunaan fitur-fitur Instagram saat ini sangat banyak dipakai oleh pengguna Instagram khususnya para komunitas yang menamakan diri mereka sebagai komunikats vidgram. Biasanya mereka mengunggah video-video pribadi, informasi, komedi, fashion, dan apa yang sedang hangat diperbincangkan. Penonton dari video-video mereka sangatlah banyak, bisa mencapai satu juta lebih tayangan, dan ini menjadi motivasi bagi para Da'i untuk menghadirkan dakwah di antara video-video mereka kepada para pengguna instagram menggunakan fitur vidgram (video instagram) ini (Hartawan, 2017).

Dalam proses dakwah, konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik banyak di minati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam Instagram menjadi konten-konten yang disukai dan menjadi tren di masyarakat. Konten Islami yang kreatif membuat masyarakat tidak bosan untuk menikmati dan bahkan ikut membagikan konten dakwah tersebut ke media sosial lain. Pada intinya isi pesan Instagram memberikan manfaat bagi penggunanya.

Aktivis dakwah sangat efektif menggunakan instagram sebagai media sosial untuk menyebarkan dakwah. Menyebarkan dakwah dengan menyampaikan nasehat-nasehat yang baik dan benar. Pemilihan instagram sebagai media favorit saat ini sangat efektif karena menyentuh semua kalangan, khususnya dikalangan remaja dan dewasa.

E. You Tube Sebagai Media Dakwah

Media sosial yang hadir di tengah-tengah masyarakat seakan menjadi menu yang paling diminati. Banyaknya peminat tersebut merupakan gambaran nyata bahwa masyarakat semakin membutuhkan 'menu' tersebut. Mayfield menyebutkan hampir setiap hari masyarakat dunia menggunakan media sosial. Salah satunya adalah You Tube. Tercatat 100 juta per hari segala bentuk

video disajikan melalui You Tube dan sebanyak 123 juta orang per hari sebagai pengguna facebook (Mayfield, 2008).

Makin banyak masyarakat yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang interaksi, maka makin besar pula peluang-peluang untuk melakukan berbagai bentuk perilaku. Opini public dengan sangat mudah dibentuk melalui kekuatan dan kemampuan media sosial. Opini inilah yang nantinya dapat menggiring para pengguna medsos untuk berperilaku sesuai dengan interpretasinya masing-masing. Dengan demikian baik media konvensional maupun media sosial dapat membawa nilai moral baik positif maupun negatif (Ahmad, 2016).

Gagasan mengenai You Tube yang dikembangkan oleh Martin Lister (2009) dalam karyanya yang berjudul *lew Media. a Critical Introduction* menyatakan bahwa perkembangan You Tube dipahami sebagai sejarah yang sangat panjang yang diawali oleh fragmentasi televisi. Fragmentasi tersebut dikembangkan dengan menggunakan timeshift pada tahun 1980 kemudian dilanjutkan dengan penetrasi melalui saluran kabel dan satelit di tahun 1990. Dimana pada abad ke-20 usia media massa telah memahami televise sebagai sarana untuk berkomunikasi secara komersial. Maka bisa dipahami bahwa asal muasal media sosial melalui You Tube adalah bersumber dari media massa berupa televisi. Perkembangan You Tube ini siinggatih mencengangkan dan menunjukkan kekhasan jaringan media baru. You Tube ini dikembangkan oleh tiga mantan karyawan bank, yaitu Jawed Karim, Chad Hurley and Steve Chen (Lister, 2006)

Selain itu juga, media sosial telah memberikan akses kepada publik mengenai berbagai informasi. *Literature* tentang Islam jauh lebih mudah diakses, misalnya umat Islam dapat mendengarkan kuliah melalui You Tube sesuai dengan selera masing-masing. Kapanpun dan dimanapun mereka mau. Berbagai komunitas baik dari Muslim maupun non-M uslim dapat menembus informasi mengenai Islam. Inilah yang kemudian dapat merubah persepsi Islam dari agama primitif (kuno).

Peranan media sosial dalam dakwah juga dikemukakan oleh Faradillah Iqmar Omar (2014) sebagai berikut:

“The media has become an important source of information about religious issues. In the past, seeking knowledge about Islam was mainly restricted to the mosques, educational institutions, and learning from Imams. These traditional learning opportunities remain intact. Now, Muslims are also able to learn, question, teach, and network through social networking sites. Thus, religious information and experiences become molded according to the demands of popular media genres. The social media has given the public access to all kinds of information and made Islamic literature much more accessible. For instance, Muslims can listen to a lecture on YouTube in any language they want, whenever they want, whereas blogging sites such as Muslim Matters.org have become extremely popular with both Muslims and non-Muslims as a way to gain information and learn about Islam. Twitter and Facebook have undoubtedly the most active Muslim users which allowed Muslims to connect with Imams, political leaders, scholars, and journalists as well as enabled Muslims to share news and information that matter to Muslims. The Muslims who are using these platforms are slowly changing the perception of Islam from that of an old-fashioned religion.”

YouTube salah satu teknologi terbaru sangat cocok digunakan untuk mempublikasikan pesan-pesan Islam dan kegiatan dakwah. Hal ini menunjukkan perkembangan media yang canggih dapat diterima selama tidak melanggar penggunaan etis media itu sendiri. Oleh karenanya, ada berbagai jenis media sosial yang muncul sebagai penciptaan komunikasi dunia maya melalui internet (YouTube) dan inovasi teknologi terbaru. Dengan melalui media sosial, aktifitas dakwah dapat disampaikan secara menarik, komunikatif serta interaktif. Dengan demikian substansi dakwah yang merupakan kewajiban atas setiap individu dan upaya untuk mengangkat harkat martabat Islam kepada dunia, sehingga ruang dan peluang yang tersedia di media sosial seharusnya digunakan untuk mempromosikan pemahaman Islam dan banyak hal lain yang bermanfaat untuk umat (Omar, 2014).

Media sosial adalah alat untuk mengungkapkan gagasan, ide maupun pikiran yang memungkinkan untuk saling berinteraksi, berkomunikasi antara satu dengan lainnya. Masyarakat Muslim di dunia secara eksponensial memiliki keragaman opini maupun interpretasi. Kecanggihan alat ini bisa juga dioptimalkan oleh para da'i untuk berbagi konten tentang Islam yang rahmat lil alamin. Para da'i tidak lagi tersekat oleh dinding masjid, mimbar ataupun lainnya. Dengan teknologi digital ini, mengakses materi dakwah apapun hanya dengan menggerakkan jempol di tablet, ponsel cerdas ataupun alat sejenisnya (Omar, 2014).

F. Majelis Taklim Al Amin

Majelis Taklim dalam kamus besar bahasa Indonesia pengajaran agama Islam (Departemen Pendidikan Nasional, 2007). Sedangkan menurut Tutty Alawiyah majelis taklim ialah lembaga swadaya masyarakat murni. Ia dilahirkan, dikelola, dipelihara, dikembangkan, dan didukung oleh anggotanya. Oleh karena itu majelis taklim merupakan wadah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Alawiyah, 1997).

Majelis Taklim merupakan lembaga pendidikan yang tertua dalam sejarah Islam dan tidak dapat dilepaskan dari perjalanan dakwah Islamiah sejak awal, yang dimulai saat Rasulullah saw mengadakan kegiatan kajian dan pengajian di rumah Arqam bin Abi Arqam (Baitul Arqam) yang dilaksanakan secara sembunyi – sembunyi ketika beliau masih berada di Mekah (Khalid, 1983 : 42). Majelis Taklim Al-Amin adalah lembaga pendidikan Islam yang dilahirkan, dikelola, dipelihara, dikembangkan dan didukung oleh anggotanya sebagai sarana dakwah Islamiah dan melaksanakan kegiatan – kegiatan dalam bentuk pembinaan, pendidikan dan pengarahan. Pengajian Majelis Taklim yang ada di masyarakat di samping ada yang bersifat rutin, juga ada yang bersifat momen-momen tertentu, seperti Maulid Nabi, Isra' Mi'raj dan Nuzulul Qur'an. Pengajian Majelis Taklim biasanya diisi dengan ceramah-ceramah dan tanya jawab jika ada (Malik, 2010).

BAB III PROFIL MAJELIS TAKLIM AL-AMIN SEMARANG

A. Sejarah Berdirinya Majelis Taklim Al-Amin Semarang

Majelis Taklim Al-Amin Semarang terfokus pada jalan Purwogondo 2/244A Kelurahan Dadapsari Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang. Majelis Taklim Al-Amin Semarang didirikan oleh Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos. Pendirian Majelis Taklim Al-Amin Semarang tersebut didasarkan dari amanah guru beliau Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos yang memerintahkan agar setiap santrinya atau anak didiknya untuk dapat melanjutkan estafet dakwahnya atau mengamalkan ilmunya baik sehari sekali, seminggu sekali, sebulan sekali atau setahun sekali. Pada awalnya Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos menolak perintah guru lantaran merasa dirinya kurang pantas dan merupakan perintah yang sangat berat. Akan tetapi dengan berjalannya waktu beliau membulatkan tekad untuk melanjutkan estafet dakwah Nabi Muhammad SAW.

Majelis Taklim Al-Amin Semarang dirikan oleh Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos, setelah beliau pulang dari belajar di tarim Hadhramaut. Nama Majelis Al-Amin bukan di ambil dari nama Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos, akan tetapi sebelum mendirikan Majelis beliau meminta barokah dari gurunya yang berasal dari tarim hadramuat yaitu Habib Salim Asy-Syathiri. Yang kemudian Habib Salim Asy-Syathiri memberikan nama Majelis tersebut dengan nama Majelis Al-Amin. Nama Al-Amin ini diambil dari nama lain dari nama Nabi Muhammad SAW.

Majelis ini didirikan untuk meneruskan estafet dakwah Rasul Muhammad SAW. Selain itu, Majelis Taklim Al-Amin Semarang sebagai ladang berjuang di jalan Allah dan hanya untuk mencari ridho Allah dan Rasul Muhammad SAW. Hal ini sesuai dengan pesan gurunya Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos yaitu sebarkan ilmu

dimanapun dan tidaklah mengharap apa-apa melainkan mengharap ridho Allah dan mengharap Rasulullah senang melihat perjuangan kita.

B. Visi Misi Majelis Taklim Al-Amin Semarang

Demi tercapainya cita-cita didirikannya Majelis Taklim Al-Amin Semarang, maka dibentuklah visi-misi Talim Al-Amin Semarang. Visi adalah serangkaian kata yang menunjukkan impian, cita-cita atau nilai inti sebuah organisasi, perusahaan atau instansi. Visi merupakan tujuan masa depan sebuah instansi, organisasi, atau perusahaan. Visi juga adalah pikiran-pikiran yang ada di dalam benak para pendiri. Pikiran-pikiran tersebut adalah gambaran tentang masa depan yang ingin dicapai. Adapaun visi Majelis Taklim Al-Amin Semarang adalah sebagai berikut:

“Bekerja ikhlas dalam mendidik dan mengantarkan santri menjadi insan trampil dan mandiri yang beriman dan berakhlak mulia, berilmu, berkembang dan maju serta berjasa bagi kaumnya”

Visi Majelis Taklim Al-Amin Semarang Utara diatas mempunyai cakupan makna sebagai berikut:

1. Semua pendidik di Majelis Taklim Al-Amin Semarang Utara (di semua jajaran) bekerja tanpa pamrih kepada manusia dan lingkungan hanya berpamrih kepada Allah Sang Maha Pemilik Ilmu.
2. Bekerja keras dan penuh kasih sayang dalam mendidik santri dari tidak tahu dalam hal pengetahuan, ketrampilan, emosional dan spiritual menjadi tahu akan hal tersebut. Kami juga membina, membimbing dan mengarahkan santri dalam proses pencapaian tujuan pembelajaran.
3. Dengan kesungguhan tersebut, akan mampu menjadikan santri menjadi cakap dan mampu mengolah dan mengelola potensi yang ada dalam diri masing-masing.
4. Dengan kesungguhan usaha, akan melahirkan santri yang hanya bergantung pada diri sendiri, meyakini hadirnya Allah dalam keseharian mereka dengan cara menjalankan apa yang

diperintahkanNya dan dengan ikhlas menjauhi apa yang dilarangNya. Dengan membimbing mereka menjadi rendah hati, senang berbagi ilmu, tenaga, materi dll, menghargai orang lain serta peduli pada sesama makhluk untuk merealisasikan cita-cita rahmatan lil'alamin kasih bagi alam semesta

Untuk mencapai visi yang telah buat, maka diperlukan misi. Misi adalah bentuk yang didambakan di masa depan (*what do they want to be*). Misi merupakan sebuah pernyataan yang menegaskan visi lewat pilihan bentuk atau garis besar jalan yang akan diambil untuk sampai pada visi yang telah lebih dulu dirumuskan. Adapaun misi Majelis Taklim Al-Amin Semarang adalah sebagai berikut:

1. Secara terus menerus, pendidik di semua tingkatan di pesantren, memberikan teladan perilaku iman, akhlak mulia, hasrat mengembangkan diri dan menanamkan kebaikan bagi semua santri dan masyarakat.
2. Tidak ada satupun santri yang lepas dari arahan dan bimbingan tentang pengembangan keilmuan dan spiritualitas yang dilakukan dengan ikhlas dan berkesinambungan dan mendorong serta menghargai kreatifitas santri untuk memastikan keberagaman cara mencapai tujuan yang baik.
3. Menyediakan dan menjaga fasilitas peningkatan keterampilan yang berhubungan dengan pengembangan potensi dan kompetensi santri
4. Membangun kerjasama dengan instansi atau lembaga lain yang membawa kebaikan dan bertambahnya ilmu bagi pesantren dan para santri (misalnya: DEPAG, DIKNAS, Lembaga Pelatihan, LSM, dll)
5. Memastikan peningkatan etos kerja dan kompetensi bagi SDM di pesantren dengan mengandalkan pada kepemimpinan yang kuat dan bijaksana di semua marhalah (tingkatan) f. Bersama dengan santri melaksanakan program kerja sosial yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar pesantren.

6. Memaksimalkan pendidikan formal dan non formal (ekstrakurikuler) dengan kajian-kajian beragam disiplin ilmu dan ketrampilan.

C. Struktur Organisasi Majelis Taklim Al-Amin Semarang

Struktur Kepengurusan Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang

Pengasuh	: Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos
Ketua	: Habib Muhammad Nagib bin Hamid bin Syahab
Sekretaris	: 1. Habib Abdurrahman bin Salim bin Agil Al Athos 2. Muhtadi
Bendahara	: 1. Rumanelo Hery Friyono 2. Ahmad Sumarno
Devisi Usaha	: 1. Susanto 2. Budiyanto
Devisi Sarana dan Prasarana	: 1. Mukh. Mujiono 2. Slamet
Tim Media	: 1. Angga 2. Wahyu Nugroho 3. Heri 4. Danu 5. Muhtar Khudori

D. Kegiatan Dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang

Kegiatan dakwah Majelis Taklim Al-Amin Semarang dari sebelum pandemi dan setelah pandemi mengalami perubahan yang sangat signifikan dari diliburkannya sebagian jadwal kegiatan dakwah keliling Majelis Taklim Al-Amin Semarang di masyarakat. Diliburkannya kegiatan dakwah tersebut dikarenakan adanya pandemi covid 19 melanda sejak bulan Maret 2020. Namun tidak semua kegiatan dakwah keliling Majelis Taklim Al-Amin Semarang yang diliburkan, karena peliburan kegiatan dakwah tersebut tergantung dari tuan rumah atau masyarakat yang bertepatan dalam kegiatan dakwah rutin Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Berikut aktifitas dakwah Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

Tabel I

Jadwal Kegiatan Majelis Taklim Al-Amin Semarang

No	Sebelum Pandemi Covid 19	Setelah Pandemi Covid 19
1.	Setiap hari senin awal bulan Pembacaan dan kajian maulid simtudduror di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Pukul 19.30 wib – selesai Nb : untuk umum(laki-laki dan perempuan)	Setiap hari senin awal bulan Pembacaan dan kajian maulid simtudduror di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang Pukul 19.30 – 21.00 wib Nb : dihadiri oleh pengurus internal dan masyarakat sekitar dengan protokol kesehatan yang ketat
2.	Setiap hari senin Pembacaan rotib al atthos Kajian kitab 1. 40 hadis nabi muhammad saw(hadis) 2.annashoih addiniyah (tasawuf) 3.risalatul muawanah (tasawuf) 4. Risalatul jami'ah (fiqih) Di ribath al amin,	Setiap hari senin Pembacaan rotib al atthos Kajian kitab 1. 40 hadis nabi muhammad saw(hadis) 2.annashoih addiniyah (tasawuf) 3.risalatul muawanah (tasawuf) 4. Risalatul jami'ah (fiqih) Di ribath al amin, jl. Purwogondo II no 243a kel.purwosari kec.semarang utara

	<p>jl. Purwogondo II no 243a kel.purwosari kec.semarang utara</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	<p>Pukul 19.30 – 21.00 wib</p> <p>Nb : dihadiri oleh pengurus internal dan masyarakat sekitar dengan protokol kesehatan yang ketat</p>
3.	<p>Setiap Selasa Kliwon</p> <p>Pembacaan dan kajian kitab ad dziba'i di Masjid As Sajidin Jl. Kauman Timur Kabupaten Semarang</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	<p>Ditiadakan karena dari pihak takmir Masjid As Sajidin Kabupaten Semarang belum mengizinkan</p>
4.	<p>Setiap Selasa Pon</p> <p>Pembacaan dan kajian kitab ad dziba'i di Masjid Raya Baiturrahman Semarang</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	<p>Ditiadakan karena dari pihak takmir Masjid Raya Baiturrahman Semarang belum mengizinkan</p>
5.	<p>Setiap Selasa Pahing</p> <p>Pembacaan kitab Maulid Addiba'i Kajian kitab Maulid Addiba'i Masjid Agung Kauman Semarang</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	<p>Ditiadakan karena dari pihak takmir Masjid Agung Kauman Semarang belum mengizinkan</p>
6.	<p>Setiap Rabu Kliwon</p>	<p>Setiap Rabu Kliwon</p>

	<p>Pembacaan qosidah burdah di masjid baitul hidayah kp depo indah semarang timur</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	<p>Pembacaan qosidah burdah di masjid baitul hidayah kp depo indah semarang timur</p> <p>Pukul 19.30 – 21.00 wib</p> <p>Nb : dihadiri oleh pengurus internal dan masyarakat sekitar dengan protokol kesehatan yang ketat</p>
7.	<p>Setiap rabu pahing</p> <p>Pembacaan dan kajian kitab qosidah burdah al madih di rusunawa kaligawe blok f kota semarang.</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	<p>Ditiadakan karena dari pihak masyarakat rusunawa kaligawe blok f kota semarang belum mengizinkan</p>
8.	<p>Setiap rabu pon</p> <p>Pembacaan dan kajian kitab qosidah burdah al madih di madrasah al munawar jalan kauman semarang - jawa tengah</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	<p>Ditiadakan karena dari pihak madrasah al munawar kauman kota semarang belum mengizinkan</p>
9.	<p>Setiap ahad</p> <p>Kajian kitab :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ibanah wal ifadhoh (tentang haid dan menstruasi) - Al miftah libabin nikah (tentang pernikahan) <p>Pukul 13.00 wib – selesai</p>	<p>Setiap ahad</p> <p>Kajian kitab :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ibanah wal ifadhoh (tentang haid dan menstruasi) - Al miftah libabin nikah (tentang pernikahan) <p>Pukul 13.00 wib – selesai</p>

	Nb : khusus jamaah perempuan	Nb : khusus jamaah perempuan dan masyarakat sekitar dengan protokol kesehatan yang ketat)
10.	Belum dimulai karena masih dalam proses tahap pembangunan	<p>Majelis Taklim Al-Aminmulai mendirikan</p> <p>Madrasah ribath al amin semarang</p> <p>Pada tanggal 8 juli 2020</p> <p>Setiap sabtu, ahad, senin, selasa, rabu</p> <p>Pukul 17.30 – 20.00 wib</p> <p>Nb : dengan protokol kesehatan yang ketat</p>
11.	<p>Setiap rabu legi</p> <p>Pembacaan dan kajian kitab maulid burdah</p> <p>Di masjid baiturrahim rt 06 rw 04 rajegwesi, tawangmas, semarang</p> <p>Pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>Nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	Ditiadakan karena dari pihak takmir masjid masjid baiturrahim semarang belum mengizinkan
12.	<p>Setiap kamis pon</p> <p>Pembacaan dan kajian kitab maulid simthudduror di masjid al ikhlas jl. Pandean lamper 1 peterongan semarang.</p> <p>pukul 19.30 wib – selesai</p> <p>nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)</p>	Ditiadakan karena dari pihak takmir masjid masjid al ikhlas peterongan semarang belum mengizinkan
13.	Setiap jumat pahing	Setiap jumat pahing

	Pembacaan dan kajian kitab maulid simthudduror di mushola al iman Jl. Lodan v rt 07 rw 03 kel. Bandarharjo kec. Semarang utara kota semarang Pukul 19.30 wib – selesai nb :untuk umum(laki-laki dan perempuan)	Pembacaan dan kajian kitab maulid simthudduror di mushola al iman Jl. Lodan v rt 07 rw 03 kel. Bandarharjo kec. Semarang utara kota semarang Pukul 19.30 – 21.00 wib Nb : dihadiri oleh pengurus internal dan masyarakat sekitar dengan protokol kesehatan yang ketat
14.	Setiap bulan kegiatan al amin musa'adah yaitu pembagian paket sembako kepada janda, yatim dan dhuafa	Setiap bulan kegiatan al amin musa'adah yaitu pembagian paket sembako kepada janda, yatim dan dhuafa

E. Pemanfaatan Instagram dan You Tube Sebagai Media Dakwah

Instagram dan You Tube sebagai platform media sosial berbasis video memiliki ketentuan khusus untuk para penggunanya bisa memonetisasi kanalnya. Perkembangan pesat yang dialami oleh instagram saat ini menjadi daya tarik bagi penggiat dakwah di media sosial, dikarenakan maraknya para warganet yang melihat dan mencari informasi tentang Islam di instagram. Percobaan pencarian melalui mesin pencari google dengan kata kunci “dakwah instagram” memunculkan nama akun-akun dakwah di halaman hasil pencarian yang ada di instagram beserta username akun mereka.

Dakwah merupakan proses mengubah seseorang maupun masyarakat (pemikiran, perasaan, prilaku) dari kondisi yang buruk menuju kondisi yang baik. Secara spesifik, dakwah Islam diartikan sebagai aktifitas menyeru atau mengajak dan melakukan perubahan kepada manusia untuk melakukan kema'rufan dan mencegah dari kemungkaran. (Maghfiroh, 2016). Dalam hal tersebut, tentu tidak berpengaruh pada bentuk apapun untuk mengajak manusia untuk menjadi lebih baik. Paradigma

masyarakat saat ini, ingin menerima informasi dengan cepat dimanapun dan kapanpun, begitu juga dengan ilmu agama yang mereka inginkan agar tidak mengganggu kegiatan mereka sehari-hari. Oleh karena itu, berdakwah untuk memberikan pengetahuan agama kepada manusia dengan media komunikasi yang berbeda dari bentuk awal secara konvensional tentu bukan hal mustahil untuk saat ini. Konsep dakwah dengan media digital akan memberikan hal baru dalam penyampaian pengetahuan agama kepada masyarakat sekaligus memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menerima pengetahuan agama dari berbagai ulama yang mereka inginkan

Media massa saat ini, mengalami berbagai perkembangan yang signifikan dengan mengikuti arah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Sehingga, dengan hal tersebut memunculkan teori media baru untuk mewadahi kemunculan media baru yang mengadopsi kemajuan era digital. Dengan konsep media baru ini memberikan akses informasi yang lebih cepat dan beragam, sehingga penerima informasi bisa lebih banyak menerima bentuk konten yang dipublikasikan tersebut.

Konsep dakwah saat ini, tentu banyak mengalami perubahan yang signifikan terutama dalam metode yang digunakan. Perubahan metode dakwah dari era konvensional menuju era digital (cybercommunity) adalah pada media yang digunakan, dengan media yang lebih luas akan memberikan peluang bagi dakwah itu dalam melebarkan sayapnya ke berbagai cakupan jejaring yang lebih luas (cyberspace). Namun, hal ini juga bisa terjadi sebaliknya perubahan yang terjadi bisa memberikan dampak yang buruk bagi perkembangan dakwah di era arus pertukaran informasi yang cukup banyak dan terjadi begitu cepat. Dalam hal ini, tentunya menjadi tanggungjawab dan tergantung dari para pelaku dakwah tersebut, apabila dakwah yang dilakukan melalui dunia maya (cyberspace) mampu memberikan perbedaan dengan konsep yang modern dan juga dapat menjaga orisinalitas dan mengutamakan pada visi yang telah ditetapkan dalam Al-Quran, maka tentunya masyarakat akan terus menjadi penggemar

setia terhadap materi dari pelaku dakwah tersebut (Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, 2020).

Asmuni Syukir mengemukakan strategi dakwah sebagai metode, siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan) dakwah, (Syukir, 2009). Selain itu strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal.

Penggunaan metode dakwah menggunakan ruang dunia maya mampu mejadi sebuah alternatif solusi bagi umat dalam menghadapi berbagai persoalan yang sedang dihadapi, dengan begitu, dakwah dengan konsep ruang publik ini akan terus hadir kapanpun dengan peminat yang luar biasa. Akan tetapi, tentu ini tidak akan mudah, dengan berbagai tantangan dan peluang yang harus mampu dimanfaatkan oleh pelaku dakwah. Karena, keberadaan media sosial seperti You Tube ini bisa menjadi sebuah media dakwah yang paling efektif dalam menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat dan tentunya juga tergantung dari ustaz maupun pelaku dakwah tersebut dalam memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam melakukan dakwah kepada masyarakat.

Melihat perkembangan media informasi saat ini tentunya perubahan metode dakwah ke arah digitalisasi menjadi sebuah keharusan untuk dilakukan oleh pendakwah pada hari ini Konsep penggunaan ruang bukanlah sebuah imajinasi yang terjadi dipikiran manusia, akan tetapi saat ini sudah berjalan beriringan dengan kehidupan manusia itu sendiri.

Ruang maya seperti instagram dan You Tube sudah menjadi bagian dari alat untuk berinteraksi antara satu dengan yang lainnya dengan tanpa batas waktu yang ditentukan, jadi bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun berada. Dan saat ini, dunia maya sudah menjadi teman akrab bagi manusia yang dijadikan sumber rujukan dan pedoman bagi kehidupan mereka. Dengan begitu, dakwah yang dilakukan dengan metode memanfaatkan dunia maya seperti instagram dan You Tube ini mampu menjadi filter yang

positif bagi manusia, apalagi informasi yang ada di Instagram dan You Tube bisa masuk informasi apa saja tanpa filter yang baik. Dengan begitu, dengan adanya dakwah yang dilakukan melalui Instagram dan You Tube bisa menjadi sumber rujukan yang jelas dan mampu memberikan nuansa baru terhadap perkembangan dakwah pada era modern saat ini. Adapun pemanfaatan media maya sebagai media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Semarang adalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Teknologi seakan tak pernah berhenti mengalami kemajuan, seiring dengan perkembangan zaman, manusia seakan tidak pernah berhenti menciptakan alat baru untuk memudahkan manusia lainnya melakukan sesuatu. Salah satunya adalah internet, sehingga banyak pengembang yang menciptakan aplikasi yang berbasis internet kedalam berbagai sektor diantaranya adalah sosial media Instagram. Instagram sangat efektif dijadikan media dalam berdakwah, karena terdapat berbagai manfaat yang didapatkan bagi pengguna sosial media. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sumarno sebagai salah satu pengurus Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Instagram dan You Tube memudahkan para jamaah dalam mengikuti info-info dan materi dakwah yang disampaikan melalui Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Media Instagram dan You Tube menjadikan materi dakwah yang sudah di unggah suatu saat dapat di buka kembali”.

Pemanfaatan teknologi informasi Instagram dan You Tube sebagai media sosial dalam berdakwah adalah sebagai media informasi adalah sebagai salah satu sarana yang membuktikan bahwa Islam dapat mengikuti perkembangan zaman khususnya dalam media teknologi informasi. Mengikuti perkembangan teknologi menjadikan Islam

mudah dalam menyampaikan dakwah atau pesan kebaikan kepada pengguna instagram.

2. Penggunaan Instagram dan You Tube lebih efektif

Efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target kualitas, kuantitas, waktu yang dipakai telah sesuai dengan target yang dikehendaki yang tidak terdapat tekanan atau ketergantungan diantara pelaksanaannya. Instagram dan You Tube dianggap efektif berdasarkan hasil wawancara dan beberapa referensi, khususnya dalam berdakwah. Instagram dan You Tube sebagai media sosial dapat menyentuh semua kalangan, salah satunya pemuda yang merupakan masa pencarian jati diri dan membutuhkan dakwah sebagai pesan-pesan kebaikan. Hasil wawancara dengan bapak Muhtadi selaku Sekretaris Majelis Taklim Al-Amin Semarang yang menyatakan bahwa:

“Berdakwah melalui media sosial utamanya diinstagram dan You Tube sangat efektif, apalagi untuk pemuda milenial, sehingga metode dan konten dakwah dapat dikreasikan dan akan menyentuh segala kalangan, khususnya remaja yang lebih sering memakai instagram sebagai media sosial”

Efektifitas instagram dan You Tube sebagai media sosial dalam berdakwah adalah dianggap mampu menyentuh berbagai kalangan, diantaranya anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Selain itu, bukan hanya pengguna Islam yang mampu tersentuh dakwah dengan media instagram, akan tetapi pengguna non Islam juga dapat tersentuh dakwah.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengelolaan Akun Instagram Majelis Taklim Al-Amin Semarang sebagai Media Dakwah

Media sosial telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern. Dimana masyarakat modern setiap saat tidak bisa lepas dari media massa. Seluruh aspek kehidupan masyarakat modern telah dipengaruhi dan ditentukan oleh media massa. Bahkan, bisa dikatakan hidup manusia modern sangat bergantung pada media massa, mulai bangun tidur sampai tidur lagi (Mamdud, 2019) Media sosial merupakan sarana komunikasi bagi masyarakat, yang terletak di antara dua pihak sebagai perantara atau penghubung (Agustin, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat dan media sosial selalu berkaitan dan media menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat, sadar atau tidak sadar bahwa media memiliki pengaruh yang berdampak positif maupun negatif dalam pola dan tingkah laku masyarakat.

Berkembangnya media sosial dalam tatanan kehidupan mad'u menjadikan berbagai informasi dapat menembus ruang-ruang isolasi hingga ke pelosok nusantara (Suharto, 2017). Di tengah pandemi Covid 19 yang tengah melanda berbagai negara di belahan dunia, media sosial cukup diandalkan untuk dapat menjadi media pertama yang menyebarkan informasi secara massif tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Ruang gerak masyarakat yang mulai dibatasi sejak kemunculan virus Covid 19, membuat masyarakat mencari jalan alternatif untuk melanjutkan hidupnya. Tidak hanya kebutuhan jasmani yang terpenuhi di masa sulit ini, namun kebutuhan rohani pun sangat diperlukan. Mengingat keadaan masyarakat yang rentan terjangkit psikosomatis di masa pandemi ini (Zulva, 2020). Maka masyarakat muslim sangat membutuhkan suntikan vitamin rohani agar dapat merasakan ketenangan. Gerakan dakwah mendapat tantangan baru di era pandemi Covid-19. Sehingga kegiatan dakwah membutuhkan metode cara yang tepat dalam menunjukan

eksistensinya di era pandemi Covid-19. Salah satu cara agar kegiatan dakwah tetap menunjukkan eksistensinya dimasa pandemi ini adalah dakwah melalui media sosial yaitu Instagram dan You Tube.

Instagram adalah salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh warga Indonesia. Instagram mempunyai fitur-fitur yang memudahkan penggunaanya dalam menyebar, mencari dan mendapat informasi. Kemudahan yang ada didalam fitur Instagram tersebut menjadikan para da'i tidak hanya berdakwah di mimbar saja melainkan dapat berdakwah dengan media sosial Instagram.

Dakwah melalui Instagram semakin di minati oleh para da'i dan mad'u seiring dengan adanya wabah covid-19 yang memunculkan era new normal. Dakwah melalui media sosial memudahkan da'i dalam menyampaikan materi dakwah di era new normal. Pasalnya mad'u tetap dapat mendapatkan siraman rohani di era new normal melalui media sosial. Selain itu, materi dakwah yang sudah di share melalui Instagram tidak akan terhapus, sehingga mad'u kapanppun dan dimanapun akan bisa membuka ceramah di Instagram.

Akun Instagram Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang secara professional dikelola oleh tim khusus yang dinamakan tim media. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sumarno sebagai salah satu pengurus Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Akun Instagram Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang di kelola oleh yang khusus dan mempunyai keahlian yang mencukupi di bidang media online. Kumpulan orang khusus di namakan tim media”

Tim media adalah tim khusus yang mempunyai tugas khusus juga. Tugas khususnya adalah menyiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk proses mengambil gambar atau video sampai proses unggah di akun Instagram dan You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Hal ini

sejalan hasil wawancara dengan Habib Naqib bin Hamid Bin syihab selaku Ketua Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Tim media bertugas untuk menyiapkan segala sesuatunya yang terkait dengan media sosial baik Instagram maupun You Tube. Tim media ini yang akan memproses ceramah dari Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos dan Habib Muhammad Nagib bin Hamid bin Syahab yang kemudian di share melalui media sosial”

Tim media ini terdiri dari beberapa orang yang ahli atau expert di bidang media online. Tim media mempunyai susunan dalam melaksanakan tugasnya. Adapun susunan tim media adalah:

- Ketua : Angga
- Adimistratoꝛ akun : Wahyu Nugroho
- Desain Grafis/ Editing : Heri
- Fotografi/ videografer : Danu
- Konten Analisis : Muhtar Khudori

Tim media diatas yang menjadi pennggerak akun media Instagram dan You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang yang sukses mendatangkan pengunjung atau follower sampai 15.700 pengikut aktif. Dalam proses dakwah melalui media sosial Instagram Majelis Taklim Al-Amin Semarang terdapat beberapa tahapan. Tahapan yang dimaksud sesuai dengan hasil wawancara dengan Mas Angga selaku ketua tim media Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Dalam proses dakwah melalui media sosial Instagram atau posting terdapat beberapa langkah yaitu menyiapkan konten/ materi dakwah, membuat caption, distribusi dan endorsement”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan adalah bahwa tahapan dakwah melalui media sosial Instagram terdapat 4 tahapan:

1. Menyiapkan konten/ materi dakwah

Sebelum tim media mengunggah konten dakwah ke media sosial dakwah, langkah pertama yang dilakukan adalah menyiapkan konten atau materi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Mas Angga selaku ketua tim media Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Sebelum kami mengunggah atau memposting di Instagram, pertama kami menyiapkan materi yang akan diolah dan di unggah di media sosial Instagram”

Setelah materi dakwah atau konten ditentukan, tim media mulai mendesain dan mengunggah di Instagram. Adapun contoh unggahan adalah sebagai berikut:

Gambar I

Unggahan Dakwah Akun Instagram Majelis Taklim Al-Amin Semarang



Dalam postingan diatas terdapat ajakan dengan judul mari ikut andil (investasi duniamu untuk akheratmu). Postingan tersebut terdapat ajakan untuk ikut berinfaq. Dimana pesan awal disampaikan di postingan tersebut cukup menarik dengan tulisan investasi duniamu untuk akheratmu. Perumusan konten dakwah tersebut cukup efektif membuat mad'u untuk ikut andil dalam pembangunan pondok pesantren.

2. Membuat Caption.

Selain menyiapkan materi dan gambar yang akan di unggah, tim media juga membuat caption untuk menjelaskan lebih lanjut terkait dengan postingan. Caption tersebut diawali dengan kata ajakan dengan kata yang mengajak dan ringan. Setelah menulis tulisan ajakan, diikuti dengan partisipasi infak dengan menyebutkan rekening penyetoran/ sodaqoh. Adapun contoh caption adalah sebagai berikut:

Gambar II

```
majlistaklim.amin
*Yuk Ikut Andil Dalam Pembangunan Pondok
Pesantren Ribath Al Amin Semarang*
Jl. Purwogondo No. 243A
.
Partisipasi Donasi dapat ditransfer melalui :
.
Bank Jateng Syariah
No. Rek 5032025041
Kode Bank : 113
a/n YAYASAN RIBATH AL AMIN SMG
.
Bank BSI (Bank Syariah Indonesia)
No. Rek 1518800151
Kode Bank: 451
a/n YAYASAN RIBATH AL AMIN SMG
.
Bank BCA
NO. Rek 0170172566
Kode Bank : 014
a/n Muchamad Amin
.
Contact Person
1- Ustadz Muhtadi (085641387352)
2- Ustadz Ahmad Sumarno (08567442116)
3- Admin Majlis (087832660044)
. *JADIKAN DUNIAMU UNTUK AKHERATMU*
```

Caption dan Hastag Instagram Majelis Taklim Al-Amin

3. Distribusi

Dalam mendistribusi atau mengunggah konten dakwah Majelis Taklim Al-Amin Semarang tidak hanya unggah di Instagram saja

melainkan unggah di media sosial yang lainya seperti You Tube dan histori Whatsapp.

4. *Endorsement*

Endorsement adalah salah satu cara yang digunakan Majelis Taklim Al-Amin untuk meningkatkan kunjungan mad'u kepada akun Instagram Majelis taklim Al-Amin Semarang. Tim media mempunyai strategi tersendiri untuk menjadikan mad'u menonton atau membuka postingan Instagram. Adapun strategi yang digunakan adalah memunculkan tema atau taklim hadits. Adapun salah satu contoh dari endorsement diatas adalah sebagai berikut:

Gambar III

Gambar Endorsement Akun Instagram Majelis Taklim Al-Amin



Selain memanfaatkan berbagai fitur yang telah disinggung pada pembahasan di atas, Majelis Taklim Al-Amin Semarang juga aktif

menggunakan fitur *live streaming* pada saat kajian berlangsung. Sehingga para jamaah Majelis Taklim Al-Amin Semarang yang berhalangan hadir pada saat pertemuan rutin Majelis Taklim Al-Amin Semarang tetap dapat mengikuti kajian melalui siaran langsung di Instagram Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Proses *streaming* dapat disaksikan melalui smartphone dengan dukungan koneksi internet yang stabil.

B. Strategi Pengelolaan Akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang sebagai Media Dakwah

Perkembangan zaman membawa tantangan tersendiri bagi dakwah yang dilakukan sebagai bentuk penyampaian pembinaan karakter manusia. Perubahan zaman akan selalu memunculkan hal baru sekaligus menjadi kajian baru pula. Persoalan keagamaan akan menjadi unsur yang akan paling menonjol dalam membina karakter umat untuk kepentingan umat manusia yang kini akan menjadi lebih kritis karena kebebasan alur informasi. Oleh karena itu, pada saat ini pemanfaatan jasa iptek sangat diperlukan sebagai salah satu media penyampaian informasi dakwah dari para ahli dakwah memungkinkan untuk memanfaatkan media untuk menggapai cita-cita umat Islam.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berkembang begitu pesat, menyebabkan arus informasi yang diterima oleh masyarakat begitu cepat dan hampir tidak bisa terkontrol. Begitu juga dengan, penggunaan media sosial berbasis channel video seperti You Tube yang semakin menjadi fenomena di tengah masyarakat, sehingga berbagai konten muncul di media tersebut baik dari aspek positif maupun negatif. Oleh sebab itu, para ulama ataupun tokoh agama bisa menjadikan You Tube menjadi media dalam penyampaian materi dakwah secara tepat waktu mengikuti perkembangan era digitalisasi.

Dimasa Pandemi ini kegiatan masyarakat dibatasi oleh peraturan pemerintah seperti kegiatan dakwah yang menimbulkan kerumunan.

Penggunaan media sosial Instagram menjadi salah satu upaya yang dilakukan karena pengguna semakin banyak akan tetapi para peselancar You Tube harus tau mana akun da'i yang benar benar professional sehingga mendapatkan pesan yang baik dan benar tanpa mencari tahu kebenaran dalil pesan tersebut oleh da'i yang sudah dipercayai atau diikuti sudah lama . Strategi pemanfaatan You Tube sebagai saluran dakwah oleh Majelis Taklim Al-Amin Semarang, Sebagaimana Hasil wawancara dengan Habib Naqib bin Hamid bin Syihab selaku Ketua Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Majelis Taklim Al-Amin Semarang menggunakan media sosial You Tube di latar belakang dengan keadaan dan kemajuan zaman”

Pemanfaatan media sosial You Tube untuk media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Semarang sangat efektif digunakan di era pandemi covid 19. Hal ini mengingat bahwa di masa pandemi tidak diperbolehkan pemerintah untuk mengadakan kegiatan berskala besar atau menghindari kegiatan yang menyebabkan berkerumunan masa. Maka dari itu, dakwah melalui media sosial You Tube menjadi alternatif yang terbaik. Pasalnya mad'u masih tetap mendapatkan siraman rohani meskipun tidak hadir secara langsung ke Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Hal ini sesuai hasil wawancara Bapak Ahmad Sumarno sebagai salah satu pengurus Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Media You Tube dijadikan sebagai media dakwah mengingat bahwa mad'u sering atau suka membuka You Tube, apa lagi di era new normal. Segala informasi bisa di dapatkan melalui saluran You Tube.

Hasil wawancara diatas, di dukung dengan hasil wawancara dengan bapak Muhtadi selaku Sekretaris Majelis Taklim Al-Amin Semarang yang menyatakan bahwa:

“You Tube dijadikan media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Semarang mengingat di era pandemi perkumpulan atau kerumunan dibatasi pemerintah, sedangkan siraman rohani perlu di tingkatkan di era pandemi ini. Maka dari itu,

You Tube dijadikan media dakwah supaya jamaah Majelis Taklim Al-Amin Semarang tetap bisa mendapat siaran rohani tanpa harus berkerumunan atau menghadiri Majelis, cukup di rumah untuk menyaksikan dan mendengarkan ngaji di Majelis Taklim Al-Amin Semarang.

Majelis Taklim Al-Amin selalu live dan unggah pengajian rutin. Hal ini bertujuan agar jamaah yang tidak bisa hadir di tempat pengajian bisa menyaksikan secara online di media sosial You Tube. Live dan unggah ceramah di You Tube, dapat menjadikan jamaah dapat membuka video tersebut kapanpun dan dimanapun sesuai dengan kesibukan para jamaah. Adapaun persiapan yang perlu di siapkan untuk *live streaming* adalah sebagai berikut:

1. Menyiapkan alat

Menyiapkan alat langkah pertama sebelum melakukan proses memvideo. Langkah ini menjadi langkah yang dapat menentukan apakah video yang di unggah tergolong bagus atau tidak. Majelis Taklim Al-Amin Semarang terdapat tim khusus untuk mengelola akun You Tube. Tim ini mempunyai tanggungjawab menyiapkan segala sesuatunya sampai proses unggah di You Tube. Tim tersebut dinamakan tim media. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan Mas Angga selaku ketua tim media Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Majelis Taklim Al-Amin Semarang mempunyai tim yang khusus dan eksksper dalam membidangi akun You Tube yaitu tim media. Tim media akan mempersiapkan segala sesuatunya untuk keperluan merekam sampai unggah di akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang”

Tim media adalah tim yang membidangi dan bertanggung jawab atas media sosial milik Majelis Taklim Al-Amin Semarang seperti Instagram dan You Tube. Segala sesutau yang dibutuhkan dalam proses merekam akan di persiapan terlebih dahulu sebelum pelaksanaan Majelis. Hal ini

sesuai dengan hasil wawancara dengan Mas Danu selaku fotografi tim media Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Sebelum pelaksanaan pengajian atau proses menshooting video, tim video menyiapkan alat-alat yang dibutuhkan dalam proses mensoting, seperti kamera, tripod, layout seting tempat dan lain-lain”

2. Fotografi

Fotografi adalah langkah yang kedua dilakukan oleh tim video. Fotografi bertugas mengambil video atau shooting dari awal pembukaan sampai penutupan Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Mas Danu selaku fotografi atau videografer tim media Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Setelah menyiapkan sesuatu yang dibutuhkan pada proses mengambil video, tim media akan fokus terhadap mengambil video atau shooting pada saat pengajian Majelis Taklim Al-Amin Semarang di mulai. Shooting di lakukan full artinya dari pembukaan sampai penutupan Majelis Taklim Al-Amin Semarang.”

Proses pengambilan video tidak dilakukan oleh semua orang yang berada di tim media. Tim media akan membagi tugas para anggotanya seperti bertugas pengambilan video atau shooting, menjaga atau memantau suara, dan memantau lewat live You Tube. Pembagian tugas ini sebagai langkah antisipasi dalam terjadinya permasalahan di tengah proses mengambil gambar. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan Mas Angga selaku ketua tim media Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Tim fotografi juga membagi tugas dalam proses ambil video. Ada yang bertugas menshooting, ada yang bertugas memantau suara apakah masuk atau tidak, dan ada yang

memantau lewat online. Hal ini sebagai antisipasi dalam terjadinya gangguan”

3. Editing

Editing adalah langkah selanjutnya sebelum langkah unggah. Hasil dari proses pengambilan video atau shooting akan di proses dalam proses editing. Proses editing adalah usaha merapikan dan membuat sebuah tayangan film menjadi lebih berguna dan enak ditonton. Editing proses menggerakkan dan menata video shot/hasil rekaman gambar menjadi suatu rekaman gambar yang baru dan enak untuk dilihat. Secara umum pekerjaan editing adalah berkaitan dengan proses pasca produksi, seperti *titling, colour correction, sound mixing*, dsb.

4. Mengunggah

Mengunggah adalah proses dalam unggah video ke dalam akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Video yang di unggah adalah video yang telah di proses sebagai mana di jelaskan diatas. Sebelum unggah ke akun You Tube, video yang sudah di editing akan di cek oleh Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos. Video yang sudah dianggap layak akan di unggah di akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan Mas Wahyu Nugroho selaku administrator akun media Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“Video yang sudah proses editing akan di konsultasikan tim media kepada pengasuh Majelis Taklim Al-Amin Semarang yaitu Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos. Video yang dianggap layak akan di unggah di akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Jika video kurang layak menurut Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos akan diperbaiki sesuai dengan arahan beliau”

C. Analisis Penggunaan Instagram dan You Tube sebagai Media Dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Semarang

Aktivitas dakwah mengalami evolusi yang masif dalam ruang publik (mad'u). Hal ini ditunjukkan dengan munculnya keanekaragaman dalam bentuk dakwah. Selain itu, faktor lain yang menjadi pemicu keanekaragaman bentuk dakwah adalah media dakwah (Fakhruroji, 2010). Tidak dapat dipungkiri bahwa media dakwah mempunyai peran penting dalam menyebarkan dan mengajarkan Agama Islam.

Media dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang dijadikan perantara oleh da'i dalam menyampaikan pesan dakwah baik secara moral maupun material (Sofiyanti & Kusumah, 2020). Keberhasilan kegiatan dakwah juga dapat di picu dari menarik dan tidaknya sarana dakwah yang digunakan oleh da'i. Maka tidak aneh jika para penyeru dan pemuka agama terus melakukan pembaruan dan meragamkan sarana dakwah mereka agar pesan yang mereka sampaikan dapat tersalurkan dan diterima dengan baik oleh sasarannya

Pada abad ke-21 masyarakat tidak dapat di hindarkan dari media masa yang canggih (*sophisticated*), sesuai karakteristik industrial-kapitalis (*modernized industrialized capitalist-investor*), cenderung komersial (*postindustrialized*), dan sebagai alat (*profit-taking*). Pada abad ini, kegiatan dakwah diselenggarakan secara massif dengan mad'u dari berbagai kalangan. Kegiatan dakwah ini, dapat menjadikan mad'u dapat mengikuti anpa terhalang jarak, ruang, dan waktu. Kegiatan dakwah tersebut disiarkan dengan berbagai bentuk siaran yang menarik dan beragam seperti; berita (*news*), hiburan, langsung (*live*), monolog, *talk show*, film, dan media sosial.

Media sosial yang sangat diminati oleh semua kalangan baik, baik muda maupun tua, telah menjadi kebutuhan primer tanpa mengenal ruang dan waktu. Inovasi yang terus dilakukan oleh mereka yang memiliki *passion* di bidang media sosial, menghasilkan ragam varian aplikasi yang menarik dan tidak membosankan. Varian aplikasi tersebut seperti; *Facebook*,

Twitter, Path, Whatsapp, Instagram, You Tube, Telegram, Email, dan lain sebagainya (Suhatro, 2017).

Perkembangan pesat yang dialami oleh Instagram dan You Tube saat ini menjadi daya tarik para penda'i di media sosial. Hal ini mengingat maraknya para mad'u yang melihat dan mencari informasi melalui Instagram dan You Tube. Percobaan pencarian melalui mesin pencari *google* dengan kata kunci "*Dakwah Instagram*" dan "*Dakwah You Tube* ", memunculkan nama akun-akun dakwah di halaman hasil pencarian yang ada di Instagram dan You Tube beserta *username* akun mereka.

Majelis Taklim Al-Amin Semarang menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Media sosial yang dimaksud adalah Instagram dan You Tube. Dalam proses dakwah melalui media sosial Instagram Majelis Taklim Al-Amin Semarang terdapat beberapa tahapan yaitu menyiapkan konten/ materi dakwah, membuat caption, distribusi dan endorsement.

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang di bagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibanding informasi tersebut tayang di televisi (Atmoko, 2012). Penonton dari video-video mereka sangatlah banyak, bisa mencapai satu juta lebih tayangan, dan ini menjadi motivasi bagi para Da'i untuk menghadirkan dakwah di antara video-video mereka kepada para pengguna instagram menggunakan fitur vidgram (video instagram) ini.

Dalam proses dakwah, konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik banyak di minati oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam Instagram menjadi konten-konten yang disukai dan menjadi tren di masyarakat. Konten Islami yang kreatif membuat masyarakat tidak bosan untuk menikmati dan bahkan ikut membagikan konten dakwah tersebut ke media sosial lain. Pada intinya isi pesan Instagram memberikan manfaat bagi

penggunanya. Proses mengunggah ke akun Instagram mempunyai empat tahapan yaitu menyiapkan konten/ materi dakwah, membuat *caption*, *distribusi* dan *endorsement*.

Aktivis dakwah sangat efektif menggunakan instagram sebagai media sosial untuk menyebarluaskan dakwah. Menyebarluaskan dakwah dengan menyampaikan nasehat-nasehat yang baik dan benar. Pemilihan instagram sebagai media favorit saat ini sangat efektif karena menyentuh semua kalangan, khususnya dikalangan remaja dan dewasa (Nurrahmi & Farabuana, 2020). Selain menggunakan Instagram, Majelis Taklim Al-Amin Semarang juga menggunakan You Tube sebagai media dakwah

Kegiatan dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Semarang selalu disiarkan melalui You Tube dengan cara live dan unggah pengajian rutin. Hal ini bertujuan agar jamaah yang tidak bisa hadir di tempat pengajian bisa menyaksikan secara online atau langsung di media sosial You Tube. Dakwah melalui You Tube memudahkan mad'u dalam menerima materi dakwah. Dalam proses dakwah melalui media sosial Instagram Majelis Taklim Al-Amin Semarang terdapat beberapa tahapan atau srategi yaitu Menyiapkan alat, Fotografi, Editing dan Mengunggah.

You Tube salah satu teknologi terbaru sangat cocok digunakan untuk mempublikasikan pesan-pesan Islam dan kegiatan dakwah. Hal ini menunjukkan perkembangan media yang canggih dapat diterima selama tidak melanggar penggunaan etis media itu sendiri. Oleh karenanya, ada berbagai jenis media sosial yang muncul sebagai penciptaan komunikasi dunia maya melalui internet (You Tube) dan inovasi teknologi terbaru. Dengan melalui media sosial, aktifitas dakwah dapat disampaikan secara menarik, komunikatif serta interaktif. Dengan demikian substansi dakwah yang merupakan kewajiban atas setiap individu dan upaya untuk mengangkat harkat martabak Islam kepada dunia, sehingga ruang dan peluang yang tersedia di media sosial seharusnya digunakan untuk mempromosikan pemahaman Islam dan banyak hal lain yang bermanfaat untuk umat (Omar, 2014).

Dakwah melalui Instagram dan You Tube memberikan kemudahan bagi para jamaah untuk mendapatkan siraman rohani dan bisa di buka kapanpun dan dimanapun menyusaikan dengan kesibukan jamaah. Hal ini senada hasil wawancara dengan Adi sebagai salah satu jamaah Majelis Taklim Al-Amin Semarang

“Karena rutinan Majelis Taklim Al-Amin Semarang disiarkan secara langsung baik di Instagram dan You Tube memberikan kemudahan bagi jamaah untuk tetap mengikuti pengajian di era new normal ini. Selain itu, dakwah yang diunggah baik di instagram dan You Tube menjadikan jamaah bisa membuka ceramah tersebut kapanpun sesuai dengan kesibukan kami”

Hasil wawancara dengan Mamat sejalan dengan hasil wawancara diatas yaitu:

“sebenarnya kami kangen mengikuti pengajian secara tatap muka, akan tetapi dengan adanya masa pandemi jamaah tidak bisa mengikuti pengajian rutin. Akan tetapi jamaah tidak ketinggalan meteri yang di sampaikan oleh Habib Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos karena rutinan Majelis Taklim Al-Amin Semarang disiarkan lansung oleh Instagram dan You Tube”

Dakwah melalui media sosial Instagram dan You Tube merupakan media yang memudahkan kepada jamaah atau mad'u untuk mengakses kapan saja, tidak terbatas ruang dan waktu, dan mudah diakses oleh jamaah. Hal ini mengingat bahwa Instagram dan You Tube menjadi media sosial yang sering dibuka oleh jamaah baik jamaah muda maupun jamaah dewasa. Media sosial Instagram dan You Tube dapat dimanfaatkan menjadi media dakwah melalui konten-konten atau video ceramah yang di unggah dan secara mudah dapat menyebar kepada jamaah atau mad'u di berbagai tempat serta dapat diakses sesuai dengan kesibukan jamaah. Nurrahmi dan Farabuana (2020) menjelaskan bahwa bahwa strategi dakwah menggunakan video yang disebarakan melalui akun Instagram efektif untuk meningkatkan

pemahaman agama, memberi motivasi, dan mendorong perubahan perilaku informan menjadi lebih religius. Selain itu, Hajar (2018) menjelaskan bahwa dakwah melalui You Tube efektif dalam memudahkan jamaah untuk melihat, mendengarkan dan memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.

Kegiatan dakwah di era modern ini lebih-lebih di masa pandemi covid-19 ini tidak harus dengan tatap muka atau menghadiri pengajian melainkan dakwah dapat memanfaatkan kemajuan teknologi. Salah satu contoh dakwah dalam memanfaatkan teknologi adalah dakwah melalui Instagram dan media sosial. Dakwah melalui Instagram dan You Tube di Majelis Taklim Al-Amin Semarang dirasa cukup efektif untuk memberikan motivasi dan pemahaman jamaah dalam mengikuti pengajian. Hal ini senada hasil wawancara dengan salah satu jamaah Majelis Taklim Al-Amin Semarang yaitu AD:

“Menurut saya berbicara dakwah dengan Instagram dan You Tube, sebenarnya memudahkan jamaah untuk bisa membuka kapanpun dan tidak untk keluar rumah. Jadi bagi saya, dakwah dengan media sosial lebih efektif dan efesien dalam menyebarkan ajaran Islam di berbagai pelosok daerah”

Sama halnya pernyataan diatas, hasil wawancara dengan MA Selaku salah satu jamaah Majelis Taklim Al-Amin Semarang:

“jamaah dapat mengulangi membuka isi ceramah berkali-kali agar mendapatkan pemahaman yang lebih baik terhadap materi yang disampaikan. Dakwah melalui media sosial sangat sesuai dengan keadaan sekarang adanya masa pandemi sehingga jamaah cukup dirumah saja masih tetap mendapatkan siraman rohani dalam rutinan Majelis Taklim Al-Amin Semarang.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik benang merahnya bahwa dakwah melalui media sosial baik Instagram maupun You Tube

memberikan dampak yang positif bagi jamaah, jamaah dapat membuka isi ceramah kapanpun sesuai dengan kesibukan masing-masing. Sehingga media sosial tersebut lebih efektif, efisien dan memudahkan jamaah dalam mengakses materi ceramah. Hal ini sejalan dengan Sumadi (2016), Media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah. Namun, berdakwah melalui media sosial harus memperhatikan etika dan norma-norma ber-medsos. Sehingga benar-benar mendatangkan kemanfaatan bukan sebaliknya menimbulkan permasalahan. Senada dengan penjelasan diatas, penelitian Kamarudin dan Kamal (2019) menjelaskan bahwa media sosial membuktikan bahawa ia mampu menjadi sebuah medium perantaraan dakwah yang baik dan bagus pada era kemodenan teknologi. Segala informasi dapat diakses diujung jari dan dakwah dapat dilakukan secara lebih meluas. Selain itu, Usman (2016) menjelaskan bahwa materi dakwah yang disampaikan melalui media sosial sangat efektif dalam pemahaman mad'u terhadap isi atau materi dakwah yang di sampaikan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian, pengolahan dan analisis data yang telah penulis lakukan dan telah terurai dalam bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi penggunaan akun Instagram dan You Tube sebagai media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang dengan membentuk tim khusus atau tim media yang bertanggung jawab untuk mengelola akun Instagram dan You Tube
2. Dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang di unggah melalui akun Instagram dan You Tube. Proses mengunggah ke akun Instagram mempunyai empat tahapan yaitu menyiapkan konten/ materi dakwah, membuat caption, distribusi dan endorsement. Sedangkan proses mengunggah ke akun You Tube mempunyai empat tahapan yaitu Menyiapkan alat, Fotografi, Editing dan unggah.
3. Dakwah melalui Instagram dan You Tube di Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang memberikan kemudahan bagi para jamaah untuk selalu mendapatkan siraman rohani meskipun tidak hadir di Majelis secara langsung. Selain itu, Dakwah melalui Instagram dan You Tube memudahkan jamaah sehingga dapat membuka isi dakwah kapanpun dan dimanapun menyesuaikan dengan kesibukan jamaah

B. Saran

Penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini, kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan tentang Penggunaan Instagram dan You Tube sebagai media dakwah Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang ada beberapa hal yang hendak peneliti sarankan, sebagai berikut:

1. Kepada Tim Media, Hendaknya konten dakwah akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang dibuat secara terkonsep sesuai dengan tema-tema tertentu.
2. Kepada da'i, hendaknya dapat mengunggah ceramahnya di media sosial Instagram dan You Tube. Instagram dan You Tube merupakan media yang efektif untuk berdakwah, sekali mengunggah banyak ribuan jamaah bisa membuka sesuai dengan situasi dan kondisi jamaah
3. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan mampu mengembangkan tema penelitian yang lebih inovatif terkait dengan media sosial Instagram dan You Tube sebagai media dakwah.

C. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang selalu memberikan kemudahan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua orang, khususnya bagi pihak yang berkepentingan. Penulis menyadari dalam penyusunan karya ilmiah ini ini (skripsi) jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis tidak menutup diri untuk menerima segala masukan dan kritikan bersifat membangun. Masukan dan kritikan akan dijadikan penulis sebagai bahan pertimbangan dalam perbaikain karya tulis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2018). *Ilmu Dakwah*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Affandi, Y. (2005). *Tafsir Kontemporer Ayat – Ayat Dakwah*. Karya Abadi Jaya.
- Agustin. (2011). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Serba Jaya.
- Ahmad, N. (2016). Keunggulan Metode Dakwah Melalui Media. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 31–48. journal.stainkudus.ac.id
- Alawiyah, T. (1997). *Strategi Dakwah di Lingkungan Majelis Taklim*. Miza.
- Alfandi, M. (2013). Prasangka: Potensi Pemicu Konflik Internal Umat Islam. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 21(1), 113. <https://doi.org/10.21580/ws.2013.21.1.239>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Aziz, M. A. (2016). *Ilmu Dakwah*. Prenamedia Group.
- Azwar. (1997). *Metode Penelitian Jilid I*. Pustaka Pelajar.
- Badruttamam, N. (2005). *Dakwah Kolaboratif Tarmizi Taher*. Grafindo Khazanah Ilmu.
- Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran. *Al-Hikmah*, 13(1), 23. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Depag. (1984). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Departemen Agama.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259.
- Fakhruroji, M. (2010). *Dakwah Di Era Media Baru*. Simbiosis Rekatama.
- Hajar, I. (2018). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar. *Jurnal Al-Khitabah*, 5(2), 95–109.
- Hasanah, H. (2016). Arah Pengembangan Dakwah Melalui Sistem Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 131–156.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Jubilee. (2015). *Instagram Untuk Fotografi Digital Dan Bisnis Kreatif*. Elexmedia Komputindo.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Lexy. J.Moleong. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. (2006). Women & media: a critical introduction. In *Choice Reviews Online* (Vol. 44, Issue 04). <https://doi.org/10.5860/choice.44-1949>
- Maghfiroh, E. (2016). Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi. *Dakwah Dan Komunikasi Islam*. <https://www.iaisyarifuddin.ac.id/ejournal/index.php/dakwatuna/article/view/76/77>
- Malik, H. A. (2010). JURNAL DAKWAH DAN KOMUNIKASI DA ' I SEBAGAI PEWARIS NABI Nabi-nabi Dipilih oleh Allah Nabi sebagai Pembawa Kabar Gembira dan Pemberi Peringatan. *Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2), 86–93.
- Mamdud, R. (2019). Dakwah Islam di Media Massa. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.31764/jail.v3i1.1366>
- Mayfield. (2008). *What Is a Social Media?* Crossing.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Miles, M. B. & A. M. H. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. UI-Press.
- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah melalui Instagram. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru*. Mata Padi Pressindo.
- Omar, F. . (2014). *Role of Sosial Media in Disseminating Dakwah (Peranan Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah. in Islamic Perspectives Relating to Business, Arts, Culture and Communication. Proceedings of the 1st ICIBACC*. Springer, DOI 10. 1007/978-981-287-429-0.
- Pimay Awaludin & Wafiyah. (2005). *Sejarah Dakwah*. RaSAIL.
- Soewadji, Y. (2012). *Pengantar Metodologi Peneletian*. Mitra Wacana Media.
- Sofiyanti, A., & Kusumah, M. W. (2020). Pemanfaatan Media Dakwah yang Efektif di Tengah Pandemi Covid 19. *Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Ilmu Bahasa Arab Ar-Raayah*, 7(5), 265–283.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

- Suhatro, S. (2017). *تدقيق ميديا تويتر (Twitter) في اعلا لم في* ، 0102 ما *لمى و* ه .
 أودو ليانويلم 54 دنه ونيسي . *سد* *تدقيق* *تعيو و مد برسي نودنا* *بدايه* *سم مظعم عم ا*
تدقيق *لناسو ماد* *تلا ملا* *سم ن م % 02 . 8* *تغلب ديد* *تدقيق* *د مي ان ل ا ت ر ت ن ذ في د ل ا ب ل ا*
س *Al-Mishbah, 03* .
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication, 11*(1), 81–93.
- Surakhmad, W. (1989). *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik*. Tarsito.
- Syukir, A. (2009). *Dasar - Dasar Strategi Dakwah*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Teras.
- Wekke, I. S. (2013). Islam Di Papua Barat: Tradisi Dan Keberagaman. *ULUL ALBAB Jurnal Studi Islam, 14*(2), 117.
<https://doi.org/10.18860/ua.v14i2.2652>
- Zahra, U. F. (2017). *Media Sosial Instagam Sebagai Media Dakwah*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Zulva, T. N. I. (2020). Covid-19 Dan Kecenderungan Psikosomatis. *Journal of Chemical Information and Modeling, 1–4*.

LAMPIRAN

TRANSKIP DATA AHMAD SUMARNO (PENGURUS MAJELIS TAKLIM AL-AMIN KOTA SEMARANG)

Q : Bagaimana keadaan jamaah majelis taklim Al-Amin yang sekarang ketika belum pandemi dan sekarang dalam kondisi pandemi, apakah jamaah itu berkurang atau tetap waktu mengikuti kajian ?

A : Untuk kajian sendiri karena tidak ada pamflet terus karena jadwal itu sudah paten , ya sedikitnya mengurangi terutama hadirin yang dari luar daerah , satu tidak tau kalau ada kegiatan, kedua karena memang pandemi . Berkurangnya tidak terlalu banyak, paling hanya 25%. Kalau untuk tidak pasang pamflet alasannya memang mengikuti anjuran dari pemerintah untuk tidak berkerumun, untuk membatasi kegiatan, karena kalau kita pasang pamflet secara tidak langsung kita mengajak atau mengundang, tetapi kalau tidak ada pamflet istilahnya kita kegiatan ini karena pandemi untuk kalangan pengurus dan masyarakat sekitar. Tidak diinformasikan lewat pamflet namun kalau di live-kan “Iya” karena jamaah yang tidak bisa hadir bisa lihat di YouTube jadi masih ada ilmu yang disampaikan .

Q : Bagaimana latar belakang berdirinya Majelis Taklim Al Amin ?

A : Latar belakangnya sendiri kurang faham, cuma kan kalau yang jelas Beliau itu memang mendirikan Majelis Taklim Al Amin itu untuk khidmah bukan hanya untuk taklim, jadi orang-orang yang ada disitu baik pengurus dan yang lain siap untuk berkhidmah kepada siapa saja . Tidak hanya untuk Majelis, karena Majelis itu sering dimintai tolong Habib-habib yang sepuh yang ada di Semarang Utara , jadi kalau ada sesuatu minta tolongnya di Majelis Taklim Al Amin untuk bantu ini bantu ini, memang tujuan dari Beliau kalau memang mau masuk Majelis Taklim Al Amin ya siap untuk khidmah ke Majelis yang lain jadi Motto Beliau seperti itu “ Khidmah ”.

Q : Apa yang melatarbelakangi Majelis Taklim Al Amin menggunakan YouTube dan Instagram sebagai media dakwahnya ?

A : Kalau itu mungkin Beliau sendiri yang menginisiasikan, tapi kalau saya pribadi karena memang sekarang istilahnya zamannya sudah global, pakainya digital semua ya kita tadi ikut berkembang menggunakan Hp dan Internet. Nah untuk kita buat sosial media, siapa tau dilihat banyak orang kegiatan dakwahnya. Dari pengeluaran/kebutuhan penggunaan sosial media semua dari Habibnya langsung, bahkan kalau saya perhatikan Majelis Taklim Al Amin menjadi pelopor istilahnya di Semarang

Q : Bagaimana pengelolaan YouTube dan Instagram sebagai media dakwah mungkin dari bidang-bidang yang mengelola ?

A : Kalau untuk pengelolaan seperti itu kita punya tim media sendiri, itu semua ada bidangnya masing-masing, ya sekitar ada 5 anggota dari koordinator dan anggotanya itu semua ada tugasnya masing-masing. Dari kelima orang itu semua bisa menhandle. Contohnya gini kalau dari 5 orang itu ada yang tidak hadir, Cuma 1 atau 2 orang itu bisa menhandle media karena memang semua bisa mengoperasikan. Kalau awalan dulu tim media hanya berjumlah 3, sekarang 5 itu ada yang minta tambah tapi tidak boleh, kalau misal ada yang keluar 1 nanti boleh ditambah, kalau belum ada yang keluar tidak ditambah. Kemarin ada yang mau gabung tidak diterima, kalau mau masuk langsung tidak bisa, tapi kalau hanya sekedar membantu boleh.

Q : Apakah ada tahapan kerja atau unggah materi dakwah di YouTube dan Instagram?

A : Kalau itu tahapannya pasti ada, tapi kurang paham, yang paham tim media, yang jelas ada dari mulai Live streaming , keinginan Beliau itu ada materi khusus disampaikan 5 menit terus diambil poin poinnya kemudian diedit misal di majelis ada bab sholat ambil bab yang fokus tentang rukun sholat kemudian dijadikan 5 menit kemudian baru diunggah. Nanti orang tidak akan jenuh menonton.

Q : Bagaimana dampak YouTube dan Instagram sebagai media dakwah ?

A : Secara kuantitas, setelah menggunakan itu yang jelas jamaah banyak yang tau. Kalo dari temen temen beliau yang ada di luar kota itu dapat cerita Al Amin gini gini. Terus yang hadir sendiri untuk majelis sebelumnya itu belum ada masih banyak setelah menggunakan. Kalau saya hadir awal dulu sebelum menggunakan jamaah yang hadir tidak sampai 30 orang. Namun semenjak menggunakan jamaah yang hadir lebih dari 100 orang.

TRANSKIP DATA HABIB NAGIB (KETUA MAJELIS TAKLIM AL-AMIN KOTA SEMARANG)

Q : Bagaimana pengelolaan akun Instagram dan You Tube ?

A : Majelis taklim Al-Amin membentuk tim media yang bertugas sesuai dengan kemampuan atau bidang masing-masing yakni berjumlah 5 orang yaitu terdiri dari editor, fotografi dan desain grafis. Tim media dibentuk untuk orang-orang yang mau berkhidmah atau mau belajar di Majelis taklim Al-Amin Semarang. Seluruh pengeluaran atau biaya ditanggung oleh pengasuh yakni Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos

Q : Apa tugas dari tim media majelis taklim Al-Amin ?

A : Tim media bertugas untuk menyiapkan segala sesuatunya yang terkait dengan media sosial baik Instagram maupun You Tube. Tim media ini yang akan memproses ceramah dari Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos dan Habib Muhammad Nagib bin Hamid bin Syahab yang kemudian di share melalui media sosial

Q : Apakah ada tahapan mengelola akun Instagram dan You Tube ?

A : Pertama yaitu *live streaming* di You Tube kemudian setelah itu video live tersebut diambil cuplikan yang menerangkan materi atau fokus bab dijadikan 5 menit kemudian di unggah. Kedua yaitu feed Instagram berisi konten-konten yang bermuatan dakwah yakni kata-kata mutiara yang berisi hadits atau ayat Al Qur'an, pamflet kegiatan dakwah majelis taklim al amin, dokumentasi kegiatan dakwah majelis taklim al amin.

Q : Bagaimana dampak penggunaan You Tube dan Instagram majelis taklim Al-Amin sebagai media dakwah ?

A : Kuantitas jamaah yang hadir ketika sudah menggunakan You Tube dan Instagram sebagai media dakwah jamaah yang hadir menjadi lebih banyak yang dulu hanya beberapa orang sekarang sudah meningkat jamaahnya namun semenjak adanya pandemi covid 19 jamaah yang hadir menjadi berkurang dan dibatasi karena mengikuti anjuran dari pemerintah.

**TRANSKIP DATA ANGGA (KETUA TIM MEDIA MAJELIS TAKLIM
AL-AMIN KOTA SEMARANG)**

Q : Bagaimana tahapan mengelola akun Instagram dan You Tube majelis taklim Al-Amin ?

A : Dalam proses dakwah melalui media sosial Instagram atau posting terdapat beberapa langkah yaitu menyiapkan konten/ materi dakwah, membuat caption, distribusi dan endorsement. Sebelum kami mengunggah atau memposting di Instagram, pertama kami menyiapkan materi yang akan diolah dan di unggah di media sosial Instagram. Majelis Taklim Al-Amin Semarang mempunyai tim yang khusus dan exkspert dalam membidangi akun You Tube yaitu tim media. Tim media akan mempersiapkan segala sesuatunya untuk keperluan shoting sampai unggah di akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang

Q : Bagaimana pembagian tugas proses menshoting atau mendokumentasikan kegiatan dakwah majelis taklim amin kota semarang ?

A : Tim fotografi juga membagi tugas dalam proses ambil video. Ada yang bertugas menshoting, ada yang bertugas memantau suara apakah masuk atau tidak, dan ada yang memantau lewat online. Hal ini sebagai antisipasi dalam terjadinya gangguan

**TRANSKIP DATA DANU (FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFER TIM
MEDIA MAJELIS TAKLIM AL-AMIN KOTA SEMARANG)**

Q : Apa saja tahap yang dilakukan sebelum proses menshoting atau mendokumentasikan kegiatan dakwah majelis taklim amin kota semarang ?

A : Sebelum pelaksanaan pengajian atau proses menshoting video, tim video menyiapkan alat-alat yang dibutuhkan dalam proses mensoting, seperti kamera, tripod, layout seting tempat dan lain-lain. Setelah menyiapkan sesutau yang dibutuhkan pada proses mengambil video, tim media akan fokus terhadap mengambil video atau shoting pada saat pengajian Majelis Taklim Al-Amin Semarang di mulai. Shoting di lakukan full artinya dari pembukaan sampai penutupan Majelis Taklim Al-Amin Semarang

**TRANSKIP DATA WAHYU NUGROHO (ADMINISTRATOR AKUN
MEDIA SOSIAL MAJELIS TAKLIM AMIN KOTA SEMARANG)**

Q : Bagaimana tahapan setelah konten atau materi dakwah masuk ke tim editor ?

A : Video yang sudah proses editing akan di konsultasikan tim media kepada pengasuh Majelis Taklim Al-Amin Semarang yaitu Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos. Video yang dianggap layak akan di unggah di akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Semarang. Jika video kurang layak menurut Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos akan diperbaiki sesuai dengan arahan beliau.

**TRANSKIP DATA MUHTADI (SEKERTARIS MAJELIS TAKLIM AL-
AMIN KOTA SEMARANG)**

Q : Mengapa You Tube dijadikan sebagai media dakwah di masa pandemi covid 19 ?

A : You Tube dijadikan media dakwah di Majelis Taklim Al-Amin Semarang mengingat di era pandemi perkumpulan atau kerumunan dibatasi pemerintah, sedangkan siraman rohani perlu di tingkatkan di era pandemi ini. Maka dari itu, You Tube dijadikan media dakwah supaya jamaah Majelis Taklim Al-Amin Semarang tetap bisa mendapat siaran rohani tanpa harus berkerumunan atau menghadiri Majelis, cukup di rumah untuk menyaksikan dan mendengarkan ngaji di Majelis Taklim Al-Amin Semarang

**TRANSKIP DATA ADI (JAMAAH MAJELIS TAKLIM AL AMIN KOTA
SEMARANG)**

Q : Bagaimana efektifitas penggunaan Instagram dan YouTube sebagai media dakwah ?

A : Karena rutinan Majelis Taklim Al-Amin Semarang disiarkan secara langsung baik di Instagram dan You Tube memberikan kemudahan bagi jamaah untuk tetap mengikuti pengajian di era new normal ini. Selain itu, dakwah yang diunggah baik di instagram dan You Tube menjadikan jamaah bisa membuka ceramah tersebut kapanpun sesuai dengan kesibukan kami

**TRANSKIP DATA ADI (JAMAAH MAJELIS TAKLIM AL AMIN KOTA
SEMARANG)**

Q : Bagaimana terkait perbedaan kegiatan dakwah di masa pandemi dan sebelum masa pandemi ?

A : “sebenarnya kami kangen mengikuti pengajian secara tatap muka, akan tetapi dengan adanya masa pandemi jamaah tidak bisa mengikuti pengajian rutin. Akan tetapi jamaah tidak ketinggalan materi yang di sampaikan oleh Habib Muhammad Amin bin Abdurrahman Al Athos karena rutinan Majelis Taklim Al-Amin Semarang disiarkan langsung oleh Instagram dan You Tube”

WAWANCARA BERSAMA HABIB NAGIB (KETUA MAJELIS TAKLIM AL-AMIN KOTA SEMARANG)



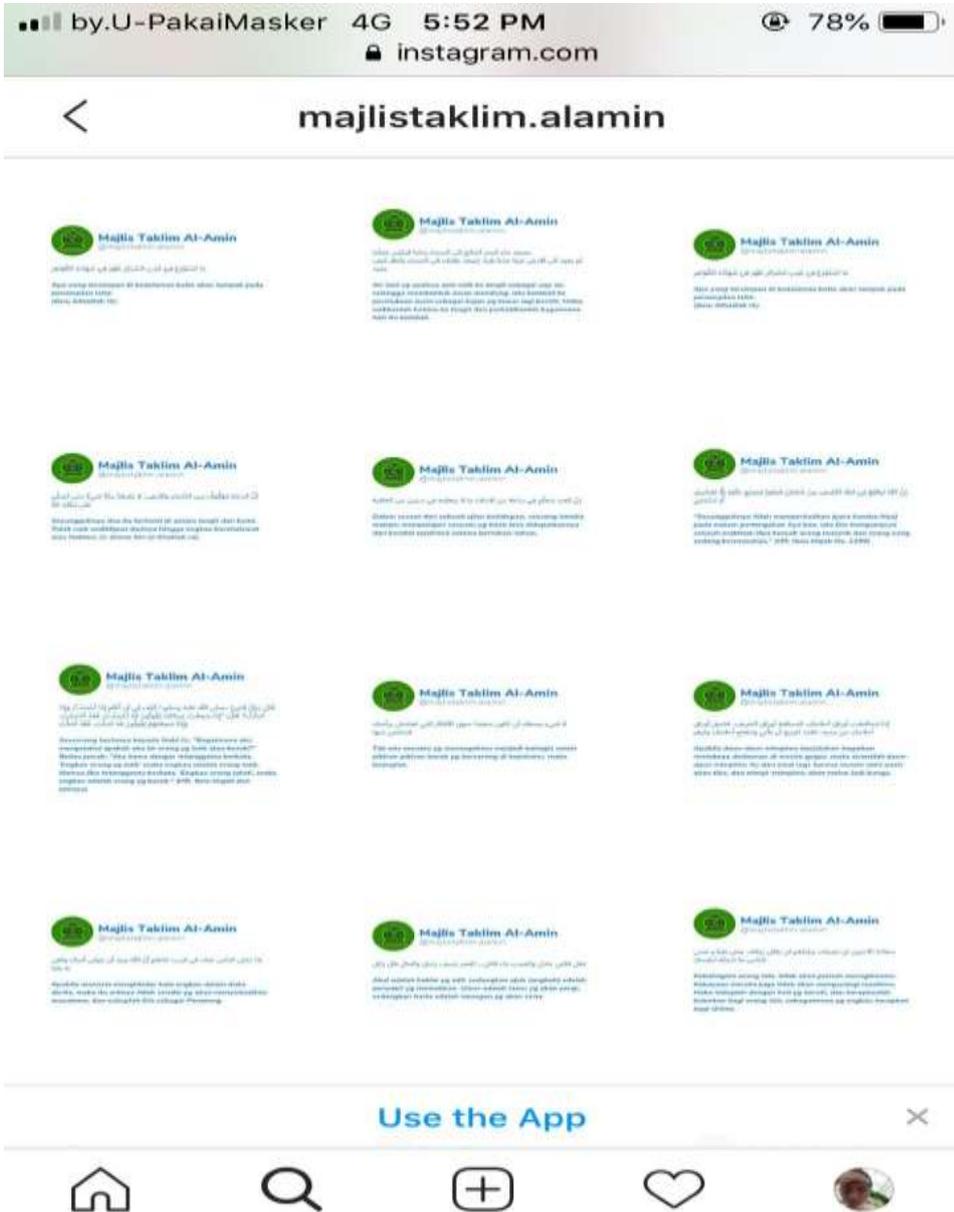
PROSES *LIVE STREAMING* YOU TUBE OLEH TIM MEDIA MAJELIS
TAKLIM AMIN KOTA SEMARANG



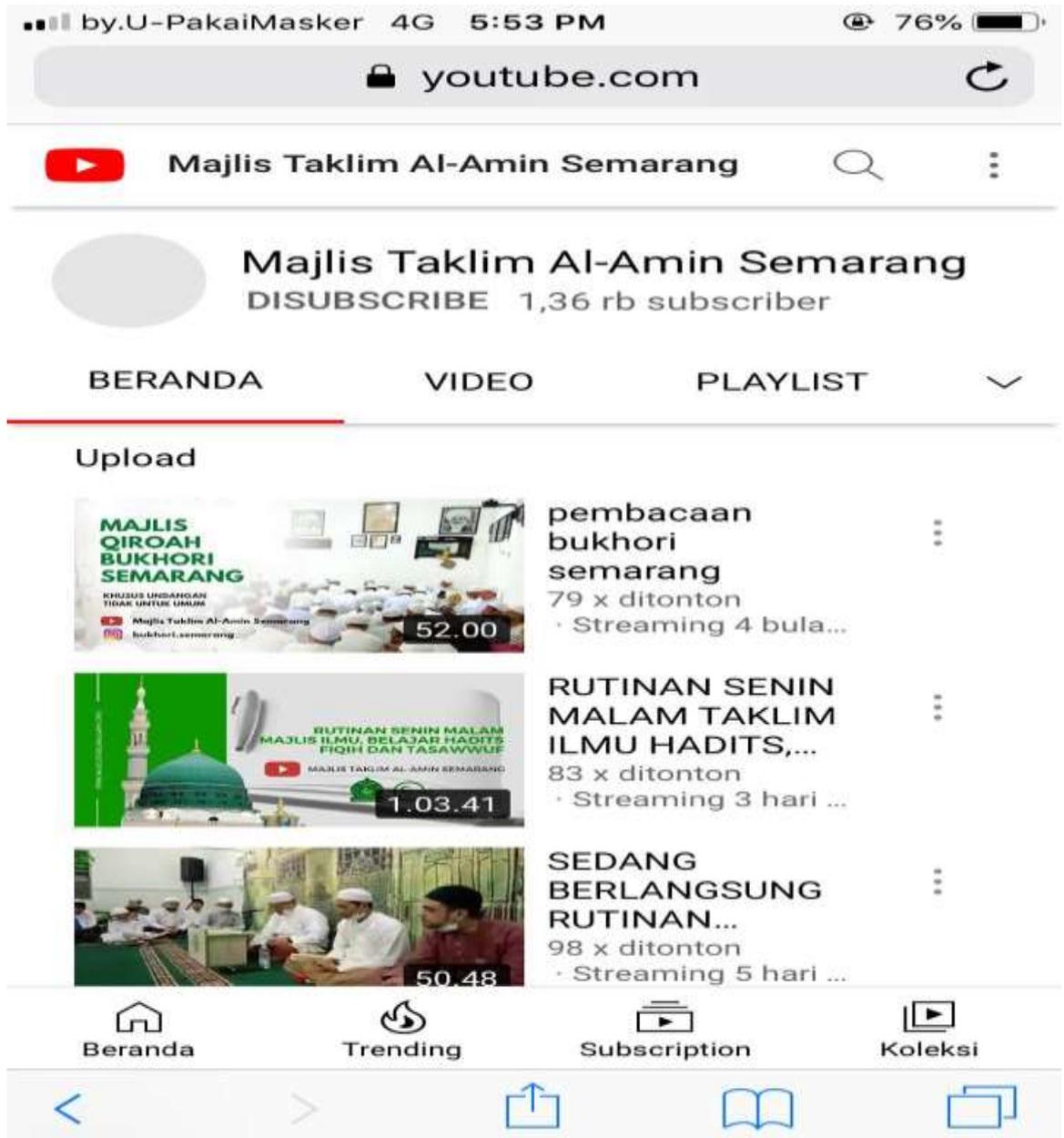
Akun Instagram Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang



Feed Instagram Majelis Al-Amin Kota Semarang



Akun You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang



Konten You Tube Majelis Taklim Al-Amin Kota Semarang

by.U-PakaiMasker 4G 5:53 PM 76% youtube.com

	<p>pembacaan bukhori semarang 79 x ditonton · Streaming 4 bulan ya...</p>
	<p>RUTINAN SENIN MALAM TAKLIM ILMU HADITS, FIQH... 83 x ditonton · Streaming 3 hari yang...</p>
	<p>SEDANG BERLANGSUNG RUTINAN MAJLIS... 98 x ditonton · Streaming 5 hari yang...</p>
	<p>SEDANG BERLANGSUNG RUTINAN "SUBUR"... 118 x ditonton · Streaming 1 minggu y...</p>
	<p>RUTINAN RABU MALAM MAJLIS BURDAH DI... 91 x ditonton · Streaming 1 minggu y...</p>
	<p>RUTINAN SELASA MALAM MAJLIS ADDIBAI DI MASJID... 105 x ditonton · Streaming 1 minggu y...</p>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Hamdan Ikhwan Wicaksana

Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 26 Maret 1999

Alamat : Jalan Lodan VI Rt 07 Rw 05
Kel. Bandarharjo Kec. Semarang Utara
Kota Semarang

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Email : hamdanikhwan56@gmail.com

Riwayat Pendidikan : 1. SDN Kuningan 03 Semarang
2. SMP N 36 Semarang
3. SMA Negeri 13 Semarang
4. UIN Walisongo Semarang – Aktif

Pengalaman Organisasi : 1. Ketua Umum UKM Kordais

Periode 2019-2020

2. Koordinator Dev.Khitobah UKM

Kordais Periode 2018-2019

3. Ketua Remaja Mushola Al Iman

Periode 2016-2017

4. General Manager Radio Fourteen Fm

Periode 2015-2016