

DAKWAH DI ERA DIGITAL

(Analisis Media Siber pada Akun Instagram @akhlaqpedia)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Penerbitan Dakwah

Disusun Oleh:

Kholid Mawardi

(1701026167)

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023

NOTA PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 1 (satu) bendel
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:

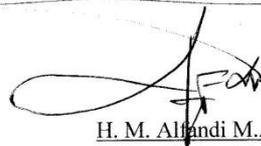
Nama : Kholid Mawardi
NIM : 1701026167
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Dakwah di Era Digital (Analisis Media Siber pada Akun Instagram @akhlaqpedia)

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untu segera diujikan.

Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Desember 2023
Dosen Pembimbing,



H. M. Alhadi M. Ag.

NIP. 197108301997031003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
DAKWAH DI ERA DIGITAL
(Analisis Media Siber pada Akun Instagram @akhlaqpedia)

Disusun Oleh:
Kholid Mawardi
1701026167

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 28 Desember 2023 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang/ Penguji I



H. M. Alfandi, M. Ag.
NIP. 197108301997031003

Sekretaris/ Penguji II



Adeni, MA.
NIP. 199101202019031006

Penguji III



Dr. Hj. Umul Baroroh, M. Ag.
NIP. 196605081991012001

Penguji IV



Asep Dadang Abdullah, M. Ag.
NIP. 197301142006041014

Mengetahui,
Pembimbing



H. M. Alfandi, M. Ag.
NIP. 197108301997031003

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
pada tanggal 2 Januari 2024



Pratiwi, M. Ag.
NIP. 2001121003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Kholid Mawardi

NIM : 1701026167

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah ditujukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum / tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 15 Desember 2023

Peneliti,



Kholid Mawardi

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Alhamdulillah rabbil alamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berbagai nikmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga serta para sahabatnya, semoga kita semua diakui umatnya di *yaumul akhir* nanti.

Setelah melalui lika-liku perjalanan yang tidak sebentar, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Dakwah di Era Digital (Analisis Media Siber pada Akun Instagram @akhlaqpedia)*. Tentunya dalam proses pembuatannya penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dan ilmu baru, walaupun tidak sedikit halangan dan rintangan yang penulis temui. Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis tetap harus bersyukur karena telah menyelesaikannya. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya untuk penulis sendiri, dan umumnya untuk civitas academica di lingkungan UIN Walisongo.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan semangat berbagai pihak. Maka izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih sedalam dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Nizar, M. Ag, selaku Plt. Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Bapak H. M. Alfandi, M. Ag, selaku kepala jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dosen wali studi, serta pembimbing skripsi penulis. Terima kasih atas arahan dan nasihat, kesabaran dan keikhlasan dalam meluangkan waktu dan tenaga, serta kritik dan saran terhadap skripsi ini yang sangat membantu.
4. Segenap dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberi bimbingan selama di bangku perkuliahan.
5. Segenap dosen penguji sidang skripsi penulis.

6. Ucapan terima kasih tidak terhingga kepada keluarga penulis, khususnya Bapak Khojin dan Ibu Wapinah, terimakasih atas do'a dan dukungan yang tak pernah putus serta menjadi *support system* terbaik untuk penulis.
7. Terima kasih pula untuk kakak-kakak penulis, Yu Sopah, Mas Ibin, Yu Maroh, Yu Sun, Yu Tati, Yu Ris, Mas Erwin yang telah mendukung secara moril maupun materil.
8. Kepada All Crew LPM MISSI, yang sudah menjadi teman, guru, serta keluarga yang hangat selama perjalanan di kampus.
9. Seluruh teman yang sudah kebersamai penulis selama menjalani perkuliahan.

Tanpa mengurangi rasa hormat, masih banyak rasa terima kasih yang ingin penulis sampaikan untuk teman, saudara maupun dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis berharap semoga kebaikan serta ketulusan kalian akan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT. Sekali lagi, skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran. Demikian, semoga bermanfaat.

Semarang, 15 Desember 2023

Kholid Mawardi

PERSEMBAHAN

*Teruntuk Surgaku
Ibu Wapinah dan Bapak Khojin,
serta saudara-saudaraku.*

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insirah: 6)

ABSTRAK

Kholid Mawardi (1701026167), Instagram merupakan media sosial yang digunakan sebagai wadah untuk berbagi foto dan video. Banyak juga yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk berdakwah. Terobosan baru berdakwah melalui Instagram salah satunya dilakukan oleh akun Instagram @akhlaqpedia.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses dakwah ditinjau menggunakan analisis media siber pada akun Instagram @akhlaqpedia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian etnografi virtual milik Cristine Hine. Analisis penelitiannya menggunakan analisis media siber. Terdapat empat level yang diungkap pada penelitian ini, yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya proses dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia yang dibuktikan dengan level-level yang ada pada analisis media siber. Pada level ruang media (*media space*), akun Instagram @akhlaqpedia pembuatan akun dan publikasi konten sesuai dengan prosedur yang ada, sehingga kontennya dapat dinikmati oleh pengikut maupun pengguna Instagram. Pada level dokumen media (*media archive*) konten dikemas dalam bentuk komik digital dengan pemilihan materi merupakan hasil riset di lingkungan sekitar dan dari TV maupun media sosial. Pada level objek media (*media object*) terjadi interaksi berupa like dan komentar dari *follower* dan juga admin @akhlaqpedia. Pada level pengalaman (*experiential stories*) menunjukkan adanya relasi yang terjadi antara dunia maya dengan dunia nyata.

Kata kunci : Dakwah digital, Instagram, Analisis Media Siber, akun Instagram @akhlaqpedia

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II DAKWAH DIGITAL, INSTAGRAM DAN ANALISIS MEDIA SIBER	17
A. Dakwah Digital	17
B. Instagram	22
C. Analisis Media Siber	27
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @akhlaqpedia	30
A. Profil Akun Instagram @akhlaqpedia	30
B. Gambaran Umum Akun Instagram @akhlaqpedia	32
C. Bentuk Dakwah Digital pada Akun Instagram @akhlaqpedia	34
D. Unsur-unsur Dakwah pada Akun Instagram @akhlaqpedia.....	47
BAB VI ANALISIS MEDIA SIBER PADA AKUN INSTAGRAM @akhlaqpedia	49

A. Ruang Media (<i>Media Space</i>)	49
B. Dokumen Media (<i>Media Archive</i>)	55
C. Objek Media (<i>Media Object</i>).....	61
D. Pengalaman (<i>Experiental Stories</i>).....	66
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Level-level Analisis Media Siber	11
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Level Analisis Media Siber Oleh Rulli Nasrullah	11
Gambar 3. 1 Logo Akun Instagram @akhlaqpedia	31
Gambar 3. 2 Tampilan Profil Akun Instagram @akhlaqpedia.....	32
Gambar 3. 3 Postingan Pertama @akhlaqpedia Pada 1 Juni 2021	33
Gambar 3. 4 Postingan Hadist Pada Akun @akhlaqpedia	33
Gambar 3. 5 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 1 Agustus 2023.....	34
Gambar 3. 6 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 1 Agustus 2023.....	34
Gambar 3. 7 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 1 Agustus 2023.....	35
Gambar 3. 8 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 1 Agustus 2023.....	35
Gambar 3. 9 Slide 5 Konten @akhlaqpedia 1 Agustus 2023.....	35
Gambar 3. 10 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023	36
Gambar 3. 11 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023	36
Gambar 3. 12 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023	36
Gambar 3. 13 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023	36
Gambar 3. 14 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023	37
Gambar 3. 15 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023	37
Gambar 3. 16 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023	37
Gambar 3. 17 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023	37
Gambar 3. 18 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023	38
Gambar 3. 19 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023	38
Gambar 3. 20 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023	38
Gambar 3. 21 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023	38
Gambar 3. 22 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023	39
Gambar 3. 23 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023	39
Gambar 3. 24 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023	39
Gambar 3. 25 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023	39
Gambar 3. 26 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 4 September 2023	40
Gambar 3. 27 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 4 September 2023	40

Gambar 3. 28 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 4 September 2023	40
Gambar 3. 29 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023	41
Gambar 3. 30 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023	41
Gambar 3. 31 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023	41
Gambar 3. 32 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023	41
Gambar 3. 33 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023	42
Gambar 3. 34 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023	42
Gambar 3. 35 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023	42
Gambar 3. 36 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023	42
Gambar 3. 37 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	43
Gambar 3. 38 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	43
Gambar 3. 39 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	43
Gambar 3. 40 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	43
Gambar 3. 41 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	44
Gambar 3. 42 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	44
Gambar 3. 43 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	44
Gambar 3. 44 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023	44
Gambar 3. 45 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023	45
Gambar 3. 46 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023	45
Gambar 3. 47 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023	45
Gambar 3. 48 Slide 5 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023	45
Gambar 3. 49 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023	45
Gambar 3. 51 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023	46
Gambar 3. 50 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023	46
Gambar 3. 53 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023	46
Gambar 3. 52 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023	46
Gambar 3. 54 Slide 5 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023	46
Gambar 4. 1 Tampilan Profil Akun Instagram @akhlaqpedia.....	51
Gambar 4. 2 Cara Unggah Postingan pada <i>Feed</i> Instagram	53
Gambar 4. 3 Cara Unggah Postingan pada <i>Feed</i> Instagram	53

Gambar 4. 4 Cara Unggah Postingan pada Feed Instagram.....	54
Gambar 4. 5 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia	63
Gambar 4. 6 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia	63
Gambar 4. 7 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia	64
Gambar 4. 8 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan dakwah mempunyai peran penting dalam kemajuan umat muslim hingga saat ini. Kemampuan untuk menyebarkan dakwah Islam kini tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, seseorang dapat melakukannya kapanpun dan dimanapun. Ada banyak cara untuk menyajikan dakwah yang lebih inovatif dan kreatif tanpa mengurangi isi dakwah didalamnya, dengan tujuan menyatukan masyarakat dan membangkitkan minat mereka pada dakwah.

Dakwah yang benar dapat menentukan valid atau tidaknya ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat. Dakwah mengajarkan orang untuk melakukan kebajikan dan menjauhi yang buruk untuk mencapai keselamatan di dunia dan akhirat. Selain itu dakwah juga mengarahkan manusia untuk menempuh jalan yang di ridhoi Allah SWT, mengajak manusia untuk menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-larangan Allah SWT (Aziz, 2004).

Anjuran aktivitas dakwah ini sesuai dengan firman Allah surah An-Nahl : 125.

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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.”

Kegiatan dakwah mengalami perkembangan dari masa ke masa dengan tujuan supaya bisa menyesuaikan dengan kondisi yang ada. Pada dasarnya menyebarkan kebaikan dakwah menjadi tanggung jawab semua

orang, bukan hanya tanggung jawab ulama. Namun kegiatan dakwah di masyarakat sering dipandang terbatas pada ceramah di depan umum, dengan dai sebagai juru dakwahnya.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) di masyarakat, memungkinkan munculnya inovasi-inovasi dalam bidang IPTEK. Dengan kemampuan memanfaatkan sumber daya yang ada dengan maksimal, karena pada dasarnya teknologi muncul untuk mempermudah manusia dalam menyelesaikan tugasnya.

Media informasi punya posisi penting dalam kehidupan manusia, dan dampak kemajuan teknologi mendorong inovasi dalam industri informasi. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini memberikan dampak yang signifikan terhadap kemudahan masyarakat dalam memperoleh informasi. Berkat teknologi komunikasi orang dapat dengan cepat mempelajari informasi yang terjadi di berbagai bidang.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan jajak pendapat dan menyimpulkan bahwa pada tahun 2021–2022 masyarakat Indonesia pengguna internet sebanyak 210,03 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan periode sebelumnya yang berjumlah 196,7 juta jiwa, angka ini naik sebesar 6,78 %. Menurut kelompok usia dengan persentase pengguna internet tertinggi yaitu antara usia 13 dan 18 sebesar 99,16 %, kelompok usia 19 hingga 34 tahun berada di urutan nomor dua dengan tingkat persentase 98,64 %, diikuti oleh usia 35 hingga 54 tahun sebesar 87,30 %, persentase usia 5 sampai 12 tahun sebesar 62,43 % dan 55 tahun ke atas sebesar 51,73 %. (<https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>. diakses pada 1/3/2023 pukul 11.01 WIB).

Namun, selain manfaat IPTEK yang dapat membantu pekerjaan manusia, banyak juga dampak negatif yang ditimbulkannya. Penyimpangan sosial yang terjadi di masyarakat seperti pemerkosaan, pembunuhan, dan penyebaran informasi hoaks, salah satu penyebabnya karena masifnya informasi yang diterima.

Berdasarkan catatan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA), menyatakan Indonesia darurat kekerasan seksual terhadap anak. Terdapat 9.588 kasus kekerasan seksual pada 2022, jumlah ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, yaitu 4.162 kasus. Modus yang mendasari kasus ini kebanyakan dampak dari kecanduan menonton pornografi. (<https://www.google.com/amp/s/www.cnnindonesia.com/nasional/20230127173509-20-905780/kemenpppa-ri-darurat-kekerasan-seksual-anak-9588-kasus-selama-2022/amp>. diakses pada 31/12/2023 pukul 19.20 WIB).

Hal ini menjadi peluang dan tantangan bagi da'i dalam menyebarkan dakwah melalui internet, supaya fenomena kecenderungan masyarakat yang bergantung pada internet bisa dimanfaatkan dengan baik. Sehingga pengguna internet khususnya generasi muda tidak tidak mengonsumsi konten-konten yang negatif yang dapat mempengaruhi akhlak dan moral mereka.

Kemampuan media sosial yang memungkinkan penggunanya terhubung dan berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, menjadikan media sosial semakin populer di semua kalangan. Pengguna memiliki kemampuan untuk mengunggah berbagai jenis konten dengan tujuan mengedukasi dan menghibur khalayak.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang berkembang pesat. Sejak awal dirilis pada Oktober 2010, Instagram semakin populer di kalangan anak muda berkat kemampuannya untuk berbagi foto dan video, bahkan banyak juga yang memiliki akun Instagram lebih dari satu. Pasalnya platform ini lebih menekan aspek visual daripada teks dan cukup mudah digunakan. Namun, generasi milenial saat ini memanfaatkan Instagram sebatas untuk media hiburan semata, seperti *update story*, *upload* foto, dan sebagai tempat untuk berkeluh kesah.

Berdasarkan data yang dirilis *Napoleon Cat*, sebanyak 97,38 juta *user* Instagram di Indonesia per Oktober 2022. Jumlah ini meningkat 7 % dibandingkan tahun sebelumnya yang sebanyak 91,01 juta *user*. Peningkatan ini menjadikan Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan

pengguna Instagram terbanyak, India dengan urutan paling atas dengan 248,65 juta *user* kemudian Amerika Serikat dengan 147,45 juta *user* dan Brasil dengan 117,3 juta *user*. (<https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>. diakses pada 20/10/2023 pukul 22.26 WIB).

Melihat situasi saat ini, dakwah perlu lebih inovatif dan kreatif untuk menarik perhatian masyarakat. Hal ini merupakan efek dari perkembangan teknologi yang menjadikan semua aspek dalam kehidupan juga berubah, salah satunya dalam berdakwah. Di Indonesia dengan mayoritas penduduknya muslim, Instagram dinilai efektif sebagai alat bagi para dai untuk menyebarkan dakwahnya.

Terobosan baru berdakwah melalui Instagram salah satunya dilakukan oleh akun Instagram @akhlaqpedia, cara penyampaian dakwah pada akun ini yaitu dengan menggunakan konten komik yang didalamnya berisi ajaran-ajaran Islam. Kepopuleran komik Indonesia secara online telah mengangkat tingkat inovasi dan daya cipta karya-karya yang dihasilkan. Instagram menjadi salah satu pilihan pembuat komik (komikus) dalam mempublikasikan kreasi mereka.

Kemampuan untuk menyajikan pesan-pesan dakwah secara menarik merupakan tantangan bagi para da'i. Lebih jauh lagi "Otak manusia menyukai apapun yang bergambar dan berwarna, karena gambar bisa memiliki banyak arti dan warna akan membuat semuanya menjadi lebih hidup" (<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-1404800/otak-lebih-suka-gambar-dan-warna> diakses pada 1/3/2023 pukul 18.05 WIB). Mencermati informasi yang ada, generasi muda lebih memilih kegiatan yang menghibur, seperti bermain game, menonton film, membaca komik, dan menonton kartun favorit karena aktivitas tersebut menyenangkan otak mereka.

Da'i saat ini terus menciptakan cara baru dalam menyebarkan dakwahnya dengan menggunakan media sosial, untuk berbagi pengetahuan tentang Islam dengan bentuk komik. Setiap orang dapat mengakses komik

yang diposting di media sosial secara *online* atau mengunduhnya ke perangkat dan komputer.

Selain bersaing dengan konten non-Islam di media sosial, dakwah dalam bentuk komik juga dirasa kekinian, terutama oleh generasi muda, karena tema, warna dan gambar yang disajikan. Konten dalam akun Instagram @akhlaqpedia memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, sesuai dengan namanya akun ini berisikan pesan-pesan tentang akidah dan akhlaq.

Akun Instagram @akhlaqpedia menampilkan pesan dengan konten Islami, berbeda dengan banyaknya gambar komik yang beredar saat ini dengan pesan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Hal inilah yang menjadi ciri khas akun Instagram @akhlaqpedia dalam upayanya mensosialisasikan kebaikan melalui komik.

Mengingat hal tersebut di atas, komik dapat menjadi sarana dakwah yang ampuh. Ajaran Islam dapat dibuat lebih menyenangkan bagi pembacanya dengan menggunakan komik, yang kemudian dapat membantu pembaca memvisualisasikan prinsip-prinsip yang didapatnya. Komik juga bisa menjadi sarana untuk mendidik generasi muda tentang Islam dan mengurangi mereka mengkonsumsi konten-konten anti-Islam serta membantu mereka memahami ajaran-ajaran Islam.

Terinspirasi oleh latar belakang di atas untuk mempelajari dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia, peneliti memilih untuk menulis skripsi berjudul **Dakwah di Era Digital (Analisis Media Siber pada Akun Instagram @akhlaqpedia)**.

B. Rumusan Masalah

Melihat masalah diatas, peneliti ingin meneliti tentang bagaimana proses dakwah menurut analisis media siber pada akun Instagram @akhlaqpedia?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses terjadinya dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia.

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan dan pengetahuan bagi kemajuan ilmu pengetahuan di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penelitian yang bermanfaat dan ikut berkontribusi dalam bidang keilmuan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) serta dapat mengetahui lebih jauh tentang dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan analisis kritis terhadap literatur yang berkaitan dengan penelitian yang diusulkan dan digunakan sebagai pembandingan. Bertujuan untuk mengkaji dan melihat sesuatu dari beberapa sudut pandang, supaya terhindar plagiarisme dan pelanggaran hak cipta, literatur yang telah peneliti baca sebelum melaksanakan penelitian yaitu:

Pertama, Skripsi Rizki Hakiki “Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual di *Fanspage* Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)”, Penelitian ini memaparkan bagaimana KH. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) menyampaikan dakwahnya menggunakan media Facebook.

Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Aa Gym menggunakan halaman komunitas dan nama tokoh yang disebutkan di halaman ini adalah Aa Gym sendiri. Siapa saja yang sudah memiliki akun Facebook dapat saling terhubung dengan pengguna lain di dalam halaman tersebut.

Dokumen media pada *fanspage* Aa Gym berisi artikel, gambar, audio, video, dan catatan. Materi kontennya memuat tentang budi pekerti, manajemen hati dan ibadah. Terdapat interaksi yang dilakukan oleh mad'u di dalam *fanspagenya*, interaksi tersebut seperti memberikan like, meninggalkan komentar serta membagikan konten.

Kedua, Skripsi Ryan Alamsyah (2018) berjudul “Analisis Etnografi Virtual Meme Islami di Instagram Memecomic.Islam”, penelitian ini memaparkan bagaimana akun Instagram Memecomic.Islam menggunakan ruang media.

Penelitian ini menunjukkan hasil dimana pada akun Instagram Memecomic.Islam memiliki cara khusus untuk menyebarkan dakwahnya, yaitu dengan membuat komik bertema islami yang lebih lebih fleksibel dan ringan untuk membantu generasi muda memahami Islam. Pengguna dapat lebih mudah berkomunikasi, berbagi, berkolaborasi, dan berinteraksi secara online. Model interaksi pada akun ini memungkinkan admin dan followers saling menghubungi secara langsung atau melalui kolom komentar.

Ketiga, Jurnal Berlian Primadani Satria Putri, Ratih Hasanah Sudrajat, dan Aditya Nugraha “Fenomena Meme di Media Sosial: Kajian Etnografi Virtual Posting Meme di Pengguna Media Sosial Instagram” yang dimuat di jurnal Sosioteknologi, Vol. 14 No.3 Desember 2015.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan studi etnografi virtual. Pengguna Instagram yang memposting meme dengan memanfaatkan gambar selfie menjadi informan dalam penelitian ini. Menurut temuan penelitian, ada lima motif mengapa orang memposting meme di Instagram, motif tersebut adalah: (1) ingin tahu, (2) menghibur, (3) mengekspresikan diri, (4) cinta, (5) harga diri. Karenanya meme dapat dikatakan sebagai fenomena penyampaikan pesan menggunakan cara yang baru yaitu penggabungan bahasa verbal dengan nonverbal.

Persamaan pada penelitian ini yaitu penggunaan Instagram sebagai objek penelitian dan etnografi virtual sebagai jenis penelitiannya. Penelitian ini fokus pada konten meme serta ikut dalam aktivitas memposting konten, sedangkan peneliti fokus pada konten dakwah dan tidak ikut dalam aktivitas memposting konten.

Keempat, Jurnal Lisda Aisyah dan Romario “Komik Islam di Media Sosial Instagram: Dakwah Kreatif Melalui Komik” dalam ISLAMUNA:

Jurnal Kajian Islam 2019, Vol. 6, No.2, hlm.98-119. Di Instagram @iqomic, penelitian ini menganalisis tentang komik Islami di akun Instagram @iqomic.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa pada Instagram @iqomic menggunakan dasar hadits “Sampaikanlah walau satu ayat”. Hal itu yang menjadi dasar akun @iqomic membuat konten dakwah populer dalam versi komik dan kemudian dibagikan kembali oleh akun lain.

Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode etnografi virtual dan menganalisis tentang komik Islam yang ada di media Instagram. Banyaknya pendakwah dan generasi milenial yang terkoneksi dalam dunia maya menjadikan alasan kuat penggunaan metode penelitian ini.

Kelima, Jurnal Nurul “Efektivitas Dakwah Islam Melalui Media Sosial Instagram (Kajian Akun Instagram Indonesia yang Menutup Aurat)” dalam Raushan Fikr Vol. 6 No. 2 Juli 2017. Penelitian ini berlandaskan pada konsep menggambarkan, memahami, dalam menyebarkan pesan dakwah menggunakan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, observasi dan analisis dilakukan melalui akun Instagram Indonesia Menutup Aurat, serta melakukan dokumentasi dan wawancara kepada pemilik akun tersebut.

Persamaan pada penelitian ini pada pemilihan objek penelitiannya yaitu Instagram. Sedangkan perbedaannya pada subjek dan fokus penelitiannya, Nurul Avivah memilih akun Instagram Indonesia Menutup Aurat sebagai subjek penelitian dan fokus meneliti tentang relevansi dakwah dengan media sosial, sedangkan peneliti memilih akun Instagram @akhlaqpedia sebagai subjek penelitiannya dan fokus pada proses dakwah yg terjadi pada konten komik di akun Instagram @akhlaqpedia.

Berdasarkan pemaparan tinjauan pustaka diatas, ada beberapa persamaan dan perbedaan. Persamaannya ada pada penggunaan metode etnografi virtual, sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek yang diteliti. Pada penelitian peneliti menggunakan analisis media siber, dengan analisis ini penelitiannya lebih menyeluruh dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengamati fenomena melalui pengumpulan data, dalam hal ini dengan menguraikan berbagai tingkatan analisis media siber mulai dari ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media yang ada pada akun Instagram @akhlaqpedia.

Menurut Denzin & Lincoln (1994), penelitian kualitatif menggunakan latar alamiah dengan tujuan menafsirkan peristiwa yang terjadi dengan memasukan berbagai pendekatan yang ada.

Metodologi penelitian ini menggunakan etnografi virtual, meliputi teknik analisis data non kuantitatif meliputi penggunaan alat observasi dan wawancara mendalam serta teknik pengumpulan data (Birowo, 2004:2).

Istilah “etnografi” bersumber dari bahasa Yunani, yaitu dari kata “*ethos*” dan “*graphein*”, keduanya menunjukkan tulisan atau artefak. *Ethos* mengacu pada anggota suatu bangsa atau budaya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Etnografi merupakan gambaran budaya suku bangsa yang masih hidup dan pengetahuan representasi budaya suku bangsa yang ada di seluruh dunia. Secara sederhana, etnografi merupakan benda atau warisan budaya yang berasal dari kehidupan masyarakat (Nasrullah, 2018).

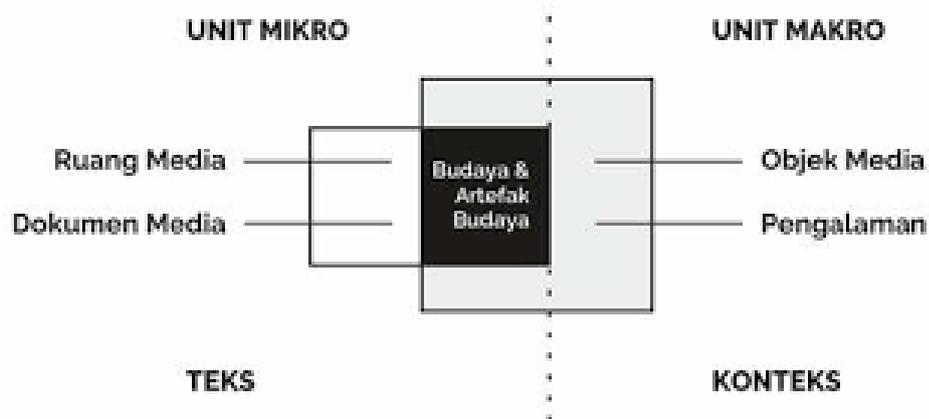
Etnografi sangat erat kaitannya dengan kebudayaan, maksud kebudayaan dalam hal ini diartikan sebagai suatu kumpulan dari pola-pola perilaku dan keyakinan. Etnografi erat kaitannya dengan sebuah metode penelitian dan hasil penelitian. Etnografi sebagai sebuah metode dapat diartikan sebagai penelitian lapangan, dalam hal ini peneliti turun langsung ke lapangan dan hidup bersama orang-orang yang diteliti. Selanjutnya, etnografi sebagai hasil penelitian dikarenakan sering digunakan untuk penelitian tentang kebudayaan pada kelompok masyarakat tertentu. Sedangkan dalam konteks penelitian komunikasi, etnografi dimaknai banyak arti, antara lain: untuk mendeskripsikan gagasan serta perasaan

khalayak, mendeskripsikan kecenderungan perilaku khalayak sebagai subjek, serta mendokumentasikan pola-pola aktivitas khalayak dalam bingkai konstruksi sosial, tempat budaya, efek politik, serta pola komunikasi (Pawito, 2007).

Etnografi virtual adalah metode baru untuk mengamati budaya di dunia virtual. Metode ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses produksi budaya siber, hubungan dan pola, serta bagaimana hal itu berfungsi melalui medium internet. Melalui etnografi virtual dapat menjelaskan alat dan konten yang diproduksi, melihat bentuk (*form*) media, apa yang membawa (*site*) dan apa yang terlihat dari yang disampaikan (*surface*) (Nasrullah, 2018).

Etnografi virtual dapat disimpulkan sebagai sebuah teknik untuk mengungkap realitas di internet, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat (Nasrullah, 2018). Penulis juga menggunakan metode Analisis Media Siber (AMS) untuk menguraikan budaya dan artefak budaya di internet. Metode Analisis Media Siber berfungsi untuk memandu proses analisis etnografi virtual. Level-level yang ada dalam analisis media siber menggambarkan bagaimana komunitas virtual yang ada di internet (Nasrullah, 2018).

Dalam menganalisis budaya di internet, Analisis Media Siber memerlukan unit pada level mikro dan makro. Pada level mikro menggambarkan tentang perangkat internet, tautan yang ada, serta hal-hal yang bisa dilihat dipermukaan. Kemudian, pada level makro melihat konteks yang ada dan apa yang menjadi sebab teks itu muncul. Level mikro dan makro terbentuk dari empat level, yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan



Gambar 1. 1 Level Analisis Media Siber Oleh Rulli Nasrullah

Tabel 1. 1 Level-level Analisis Media Siber

Level	Objek
Ruang media (<i>mediaspace</i>)	Struktur dan penampilan perangkat media, yang berkaitan dengan prosedur perangkat yang bersifat teknis.
Dokumen media (<i>mediaarchive</i>)	Isi, makna teks atau gambar sebagai artefak budaya.
Objek media (<i>media object</i>)	Interaksi yang tercipta di media siber, dan komunikasi yang terjadi antar anggota kelompok.
Pengalaman (<i>experiential stories</i>)	Motif, pengaruh, manfaat atau realitas yang terhubung secara <i>offline</i> maupun <i>online</i> .

2. Definisi Konseptual

Dengan menguraikan secara spesifik batasan-batasan terkait penelitian, definisi konseptual adalah upaya penulis untuk menegaskan tujuan penelitian. Dengan penggunaan batasan ini, penekanan penelitian dapat dibuat lebih jelas, dan kebingungan dapat dihindari. Definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan dalam tata cara yang tercantum di bawah ini:

a. Dakwah Digital

Dalam kosa kata bahasa Arab, dakwah berarti menyeru, memanggil, mengajak, atau menghibur. Orang yang melakukan

panggilan disebut da'i. Akan tetapi, karena penyebaran dakwah juga melibatkan tabligh, maka mereka yang melakukan dakwah juga bisa disebut sebagai mubaligh, yaitu mereka yang bertugas sebagai komunikator bagi komunikan (Amin, 2013:4).

Istilah “dakwah digital” menurut pendapat Muhaemin (2017) mengacu pada proses yang digunakan da'i untuk menyebarkan pesannya. Kegiatan dakwah digital dalam hal ini dilakukan oleh pengguna Instagram @akhlaqpedia dengan membagikan konten terkait dakwah di platform tersebut. Dakwah sering disampaikan dengan bertatap muka, namun dengan perkembangan teknologi terjadi pergeseran metode dakwah dengan melalui saluran digital.

b. Instagram

Instagram terbentuk dari dua kata "*Insta*" dan "*Gram*". Kata "*Insta*" berasal dari kata "*Instan*", menunjukkan bahwa Instagram menampilkan gambar dengan cepat. Kata "*Gram*" berasal dari kata "*Telegram*" berarti memiliki kecepatan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak.

Bambang Dwi Atmoko mendeskripsikan Instagram sebagai aplikasi yang dirancang khusus, sistem kerjanya mirip dengan media sosial Twitter, perbedaannya adalah Instagram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi informasi satu sama lain melalui penggunaan gambar (Deslima, 2018).

Instagram yang dikaji pada penelitian ini yakni media sosial yang digunakan untuk berbagi gambar dan video yang berisikan konten-konten dakwah.

c. Analisis Media Siber

Analisis Media Siber (AMS) adalah metode yang digunakan sebagai pemandu proses untuk menganalisis etnografi virtual, secara garis besar AMS menganalisis level-level yang ada dalam media siber, diantaranya: (1) Ruang Media (*Media Space*) menjelaskan tentang struktur dan perangkat (regulasi dan prosedur) media sosial, misalnya

langkah-langkah dalam pembuatan akun, publikasi konten, dan komponen grafis dari tampilan media sosial, (2) Dokumen Media (*Media Archive*) menjelaskan mengenai isi (teks dan makna yang ada di dalamnya) setelah itu dibagikan melalui media sosial, (3) Objek Media (*Media Object*) melihat aktivitas ataupun interaksi dalam media siber, baik aktivitas dan interaksi antar pengguna dalam unit mikro maupun makro, (4) Pengalaman (*Experiental Stories*) mengungkapkan motif yang menjadi dasar pengguna dalam menggunakan dan menyebarkan isi di media, mengamati fenomena yang terjadi di jaringan online, dan mengamati dampak yang terjadi pada dunia nyata.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Primer

Sumber data primer adalah informasi hasil pengumpulan langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau mengumpulkan data yang berkaitan langsung dengan masalah penelitian (Azwar, 1998:91). Pada penelitian ini data primernya adalah akun Instagram @akhlaqpedia.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder adalah informasi hasil pengumpulan tidak langsung dari sumber selain subjek penelitian (Azwar, 1998:91). Sumber data sekunder pada penelitian ini yaitu *followers* akun Instagram @akhlaqpedia.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data bertujuan untuk menghimpun data dengan menggunakan metode yang tepat, tahap pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menganalisis akun Instagram @akhlaqpedia. metode Teknik Pengumpulan data bertujuan untuk menghimpun data dengan menggunakan metode yang tepat, tahap pengumpulan data merupakan tahapan penting metode pengumpulan data dalam bentuk catatan, buku, gambar, surat kabar, serta majalah.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan antara lain:

1. Observasi *online*

Pada teknik observasi dilakukan dengan cara pengamatan serta pencatatan terhadap keadaan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2015), para ilmuwan hanya bisa bekerja berdasarkan data, yaitu fakta yang diperoleh melalui observasi. Pada penelitian ini menggunakan jenis observasi *online*.

Menurut Bungin (2011) cara melakukan data melalui media *online* seperti internet maupun jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, memungkinkan penulis dapat memanfaatkan data informasi *online*.

Pada observasi *online* mengamati dan mempelajari mekanisme yang terjadi di dalam akun Instagram @akhlaqpedia, mulai dari publikasi kontennya dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Pada penelitian ini, peneliti mengamati postingan pada akun Instagram @akhlaqpedia selama periode Agustus – Oktober 2023.

2. Wawancara *online*

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui mekanisme tanya jawab secara lisan yang berlangsung satu arah. Pertanyaan yang diajukan oleh pihak pewawancara dan jawaban berasal dari pihak yang diwawancarai (Fathoni, 2006).

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara secara *online* dengan *founder* dan *follower* akun Instagram @akhlaqpedia melalui *direct message* pada Instagram, atau media sosial lain yang bisa diakses.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung peneliti (Sugiyono, 2015).

Dokumentasi pada penelitian ini dengan cara *capture* atau *screenshot* pada konten akun Instagram @akhlaqpedia selama periode Agustus – Oktober 2023.

5. Teknik Analisis Data

Informasi yang didapat oleh peneliti akan dianalisis menggunakan metode analisis interaktif model milik Matthew B. Miles A. Michael Huberman, pada metode ini terdapat tiga jenis kegiatan (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan) dan pengumpulan data merupakan proses interaktif (Sayidah, 2018).

Tahapan pada analisis interaktif model antara lain :

a. Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan tahap mencari data di lapangan yang dapat digunakan untuk menjawab masalah terkait penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

b. Reduksi Data

Tahap reduksi data merupakan tahap penyempurnaan informasi yang sudah didapatkan. Pada tahap ini peneliti akan mengelompokkan informasi tersebut menjadi beberapa kelompok untuk data yang perlu dikurangi dan ditambah.

c. Penyajian Data

Pada tahap ini data yang valid kemudian diolah dan dianalisis dengan metode penelitian kualitatif dalam studi etnografi virtual. Selanjutnya data hasil analisis disusun menjadi laporan dalam bentuk narasi.

d. Penarikan Kesimpulan

Data yang sudah terkumpul kemudian dilakukan penafsiran atau pemahaman makna, untuk selanjutnya dilakukan penarikan data yang dijelaskan dalam bentuk narasi.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi menurut pedoman penulisan skripsi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi terbagi menjadi beberapa bagian. Pada bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, kata pengantar, persembahan, motto, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran. Selanjutnya bagian utama yang mencakup lima bab, yaitu:

BAB I berisi pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan metode penelitian. Metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, sumber data, definisi konseptual, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data, kemudian ditutup dengan sistematika penulisan.

BAB II berisi tinjauan teoritis yang menggambarkan variabel penelitian dijelaskan oleh kerangka teori. Pada bab ini akan membahas tentang media digital, komik, Instagram, dan Analisis Media Siber.

BAB III memuat gambaran umum tentang topik penelitian beserta uraian tentang subjek penelitian. Pada bagian ini peneliti akan memberikan ringkasan tentang akun Instagram @akhlaqpedia.

BAB IV memuat analisis pada akun Instagram @akhlaqpedia dengan menggunakan Analisis Media Siber.

BAB V berisi kesimpulan dan saran dari peneliti atas hasil penelitian.

BAB II

DAKWAH DIGITAL, INSTAGRAM DAN ANALISIS MEDIA SIBER

A. Dakwah Digital

Dakwah secara bahasa berasal dari kata *da'a* - *yad'u*, yang artinya memanggil atau menyeru. Dakwah yang berarti panggilan atau seruan merupakan bentuk abstrak dari kata kerja *da'a*. Orang yang melaksanakan aktifitas dakwah disebut da'i, keduanya merupakan bentuk jamak dari kata *du'at* yang berarti penyeru (Rusyad, 2020).

Istilah "dakwah" memiliki beragam konotasi, para ahli di bidangnya memberikan penjelasan konsep yang berbeda-beda berdasarkan sudut pandang mereka. Dakwah dalam pandangan Ahmad Ghusuli adalah segala kegiatan atau ucapan yang membujuk orang untuk masuk Islam. Dengan melihatnya sebagai ilmu dan seni tablighul Islam, maka dakwah adalah kegiatan menyampaikan dan menyebarkan nilai-nilai Islam, disertai dengan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan nyata (Rusyad, 2020).

Syekh Muhammad Al-Khadir Husain menjelaskan arti dakwah yaitu usaha untuk menyadarkan manusia agar berakhlak, mengikuti jalan yang benar, mengamalkan perbuatan baik dan mencegah perbuatan buruk untuk mencapai kesuksesan dan kebahagiaan dalam kehidupan ini maupun kehidupan selanjutnya. Menurut Toha Yahya Omar, M.A. mendefinisikan dakwah sebagai aktifitas mengajak orang lain menuju ke jalan yang diridhoi Allah SWT untuk mencapai kebahagiaan dalam kehidupan ini maupun kehidupan berikutnya (Ali, 2004).

Menurut Al-Qur'an dan Hadits, dakwah secara umum adalah himbuan atau ajakan untuk berbuat kebaikan yang berupaya membawa perubahan positif dalam diri seseorang. Namun, dalam pelaksanaannya dakwah merupakan aktifitas menyampaikan pesan-pesan Islam yang signifikan dan secara langsung mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap nilai-nilai tersebut dalam kehidupan (Ilahi, 2010).

Para da'i harus merubah metode dakwah yang mereka gunakan di era digital. Saat ini keadaan dimana media berbasis internet menjadi satu-satunya hal yang menarik perhatian masyarakat umum (Budiantoro, 2018). Praktik penyebaran berita melalui media konvensional seperti koran, TV, dan radio sudah mulai menurun. Sebaliknya, mereka kini lebih banyak menggunakan media digital untuk menyebarkan dakwah kepada masyarakat (Sulaeman, 2020).

Ketika kegiatan dakwah melibatkan media sosial maka disebut dengan "dakwah digital". Sesuai dengan kebutuhan khalayak masa kini khususnya generasi milenial, dimana respon yang cepat dan kemampuan yang dapat dimanfaatkan kapanpun dan dimanapun. Penggabungan cita-cita dan konsep Islam secara komprehensif, dakwah digital yang lengkap mampu menjawab keprihatinan dunia nyata yang sedang terjadi, seperti terkait dengan pendidikan, perempuan, globalisasi, ekonomi, dan kebudayaan (Ummah, 2020).

Selain berbasis teks, dakwah juga bersifat dinamis dan berubah seiring perkembangan zaman. Islam mempunyai kesempatan dalam melawan pengaruh budaya barat dengan tujuan untuk menanamkan ide dan ideologi Islam. Terhapusnya citra buruk terhadap Islam menjadikannya mampu bertahan dan dapat menciptakan ketenangan dalam masyarakat global. Informasi buruk tentang Islam di media internasional menjadikan Islam dipandang negatif dan lebih jauhnya dianggap sebagai gerakan teroris, Islamofobia yang menimbulkan prasangka dan ketakutan terhadap umat Islam disebabkan oleh hal tersebut. (Budiantoro, 2018).

Menurut Wahid (2004) dakwah melalui internet dinilai penting, ada tiga alasan yang mendasarinya, antara lain:

1. Ajaran Islam saat ini sudah menyebar ke seluruh dunia dengan cepat dan jumlah pemeluk semakin banyak. Internet salah satu sarana penyebaran Islam ke berbagai wilayah, menjadikan kita bisa berkomunikasi dengan sesama muslim di penjuru dunia.

2. Memperbaiki citra Islam yang buruk yang disebabkan oleh pemberitaan tidak benar dari oknum-oknum yang membenci Islam. Melalui internet kita bisa menyebarkan informasi yang benar tentang Islam.
3. Penggunaan internet sebagai media dakwah menandakan bahwa umat Islam juga bisa mengikuti perkembangan zaman.

Pelaksanaan dakwah mempunyai beberapa unsur yang saling terhubung, unsur-unsur dakwah meliputi:

1. Subjek Dakwah (*Da'i/Pelaku Dakwah*)

Subjek dakwah adalah orang yang menjalankan fungsi dakwah yang disebut *da'i*, yang bisa dilakukan secara individu atau kelompok. Komponen terpenting untuk menjadi *da'i* adalah belajar bagaimana menyebarkan pesan dan menjadikan dakwah untuk mengatasi masalah-masalah sosial.

Konten kreator merupakan subjek dakwah dalam dakwah digital. Orang yang membuat konten adalah orang yang membagikan informasi dalam bentuk gambar, video dan tulisan. Konten adalah produk yang dibuat kemudian disebarluaskan lewat platform media sosial yang ada (AB, 2016)

2. Objek Dakwah (*Mad'u*)

Objek dakwah atau *mad'u* adalah seseorang atau sekelompok orang yang menjadi fokus dakwah, orang yang menerima dakwah tidak memandang usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan status sosial (AB, 2016).

Objek dakwah merupakan seluruh pengguna aktif di internet yang saling terhubung, berbagi pendapat, dan berkolaborasi. Pada dakwah digital yang disebut objek dakwah yaitu: *follower, subscriber, viewers, dan netizen* (Indra Gamayanto, 2017).

3. Materi Dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah merupakan kandungan pesan dakwah yang disampaikan oleh subjek dakwah. Isi pesan tentang ajaran agama Islam terkait berbagai aspek dalam kehidupan manusia, meliputi: akhlak, tauhid,

dan ibadah. Da'i harus dapat melihat keadaan objek dakwah, agar dakwah yang diberikan dapat diterima (AB, 2016).

4. Metode Dakwah (*Thariqah*)

Para da'i menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat menggunakan proses yang dikenal dengan metode dakwah. Faktor yang paling menentukan agar kegiatan dakwah berjalan lancar adalah dengan menggunakan metode dakwah yang tepat. Ada tiga macam dalam metode dakwah:

a. Metode Hikmah

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan hikmah adalah “kebijaksanaan”. Al-Maraghi menegaskan bahwa kebijaksanaan adalah pernyataan yang perlu didukung oleh Al-Quran dan Hadist yang menguraikan mengenai kebenaran. Dengan melihat keadaan objek dakwah, maka metode dakwah harus dilakukan dengan bijak.

Kunci metode dakwah hikmah adalah mendorong individu untuk mengamalkan ajaran ilmu agama atau menyampaikan ajaran tersebut kepada mereka, dengan cara yang dapat menginspirasi mereka untuk melakukannya.

b. Metode *Al-Maw'izah Hasanah*

Berdakwah kepada orang awam yang tidak memiliki kemampuan berpikir kritis menggunakan metode pendekatan *Al-Maw'izah Hasanah*. Disajikan dengan bentuk tuntunan, anjuran dan nasehat yang jelas. Dakwah disampaikan dengan tutur kata yang baik dan diharapkan mampu menggerakkan mad'u untuk melaksanakan isi pesan yang disampaikannya. Perilaku da'i harus menjadi contoh baik bagi mad'u sehingga sasaran dakwah dapat memperhatikan setiap pesannya.

c. Metode *Al-Mujadalah*

Kata *Mujadalah* berasal dari “*jadala*” yang berarti menenun, yang berkembang dari wazan *fa'ala* menjadi *jadala*, yang artinya berdebat. Secara istilah mempunyai arti usaha berbagi pendapat antara dua belah

pihak dengan tujuan berbagi sudut pandang tanpa ada niat buruk atau perselisihan.

Al-mujadalah dimaknai sebagai *bi al-lati hiya ahsan*, merupakan metode dakwah yang tidak ada unsur kekerasan, tipu muslihat, permusuhan dan kebencian, dengan tujuan untuk membawa ketenangan kepada dai. Perdebatan sendiri bukan untuk mencari pemenang, tetapi untuk mencari suatu fakta (Ishaq, 2016).

5. Media Dakwah (*Wasilah*)

Kata "media" bersumber dari bahasa latin *median*, versi jamak dari kata "medium", yang mengacu pada penghubung atau perantara. Media dakwah merupakan segala sesuatu yang menjadi alat untuk menyebarkan pesan sehingga dapat mencapai tujuan dakwah (Syukir, 1984).

Menurut Aminuddin Sanwar dalam Abdul Karim (2016) ada enam kategori media dakwah, yaitu:

- a. Penyampaian dakwah via saluran lisan yaitu cara da'i dalam penyampaian pesan dakwah secara langsung melalui perantara alat Radio dan TV.
- b. Penyampaian dakwah via saluran tulis, khususnya melalui metode berbasis teks. Koran, buku, jurnal, pamflet, buletin dan spanduk adalah beberapa alat yang digunakan dalam dakwah ini.
- c. Penyampaian dakwah via saluran visual, yaitu penyampaian pesan dakwah melalui alat yang terlihat oleh mata manusia. Alat yang digunakan contohnya: lukisan, ukiran, dan kaligrafi.
- d. Penyampaian dakwah via saluran suara, merupakan kegiatan dakwah melalui pendengaran. Alat yang digunakan yaitu kaset dan radio.
- e. Penyampaian dakwah via audio visual, yaitu berdakwah dengan melalui media audio dan visual, objek dakwah dapat mendengar sekaligus melihat aktifitas dakwahnya. Alat yang digunakan yaitu TV, video dan wayang kulit.
- f. Penyampaian dakwah via tauladan, cara penyampaian pesan dakwah oleh da'i dengan menampilkan sifat dan perilaku positif dalam

kesehariannya, da'i menjadi sasaran utama dalam posisi ini dan diharapkan dapat memberikan contoh yang baik bagi para mad'u.

6. Efek Dakwah (*Atsar*)

Efek dakwah adalah perubahan gagasan, perasaan dan tindakan objek dakwah setelah menerima pesan dakwah. Dakwah memiliki tiga jenis efek, antara lain: kognitif, afektif, dan behavior. Efek kognitif tercipta ketika pemahaman, wawasan, dan tanggapan objek dakwah berubah setelah mendengar pesan. Efek afektif terjadi ketika perubahan yang dirasakan, disukai atau tidak disukai oleh mad'u termasuk dalam hal emosi, sikap dan nilai. Efek behavior adalah dampak pada perubahan tindakan, rutinitas, serta tingkah laku mad'u (Abdullah, 2019).

B. Instagram

Instagram merupakan media sosial sebagai wadah untuk berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengakses aplikasi ini menggunakan *smartphone* maupun komputer. Instagram berkembang di tangan Kevin Systrom dan Mike Krieger dalam perusahaan yang bernama Burbn, Inch.

Instagram juga terhubung dengan media sosial lain, hal ini memudahkan pengguna untuk mengunggah di media lain, seperti Facebook, Twitter, dan Flickr. Sebelum Facebook mengakuisisi Instagram, Twitter telah menunjukkan minatnya pada media sosial tersebut pada tahun 2011 (Toybah, 2017).

Instagram dalam Al Kusani (2019) merupakan alat untuk berbagi foto dan dapat digunakan untuk mengambil gambar dengan menyediakan filter untuk mengubah tampilannya. Selain itu, Instagram memungkinkan pengguna mengirimkan video dan membagikannya ke sejumlah platform media sosial.

1. Pengertian Instagram

Instagram terbentuk dari dua kata "*Insta*" dan "*Gram*". Kata "*Insta*" berasal dari kata "*Instan*", menunjukkan bahwa Instagram menampilkan

gambar dengan cepat. Kata “*Gram*” berasal dari kata “*Telegram*” berarti memiliki kecepatan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak.

Bambang Dwi Atmoko mendeskripsikan Instagram sebagai aplikasi yang dirancang khusus, sistem kerjanya mirip dengan media sosial Twitter, perbedaannya adalah Instagram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi informasi satu sama lain melalui penggunaan gambar.

Instagram dapat menambah inspirasi dan meningkatkan kreatifitas penggunanya, karena Instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto dan video lebih menarik dan lebih indah. (Deslima, 2018).

2. Sejarah Instagram

Instagram berdiri dibawah naungan perusahaan bernama Burbn,inc. yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger tepatnya pada 6 Oktober 2010. Kevin dan Mike bekerja sama untuk menciptakan keinginannya membuat layanan jejaring sosial yang fokus pada bidang fotografi.

Burbn,inc.merupakan perusahaan teknologi yang fokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Sebelumnya perusahaan ini berfokus pada banyak hal di dalam HTML 5 , namun pada akhirnya Kevin dan Mike memutuskan untuk fokus pada satu hal saja.

Pada awal peluncurannya Instagram dinilai sangat sukses karena dalam proses brandingnya tidak menggunakan iklan, namun menggunakan viral *marketing* dan berhasil menjangrik 25 ribu pengguna di hari pertama. Jumlah pengguna Instagram semakin meningkat seminggu kemudian dengan jumlah pengguna 100 ribu orang., setelah 2,5 bulan bertahan jumlah pengguna pun semakin meningkat dengan cepat mencapai satu juta pengguna.

Pada 27 januari 2011 Instagram meluncurkan fitur hastag atau tagar untuk mengelompokkan foto supaya memudahkan pencarian foto oleh pengguna. Pada 15 februari pengguna bertambah sebanyak 2 juta dan sukses mengumpulkan uang sebanyak US\$ 7 juta dari para investor. Pada 12 juli atau 8 bulan Instagram hadir telah mencapai 5 juta pengguna dan

sebanyak 100 juta foto yang diunggah. Instagram merilis versi 2.0 dengan fitur filter dan resolusi tinggi pada 20 september 2011.

Pada tahun pertama Instagram hadir di platform IOS yang ada di Iphone, setelah itu Kevin dan Mike mulai melebarkan sayapnya ke platform lainnya yaitu android. Pada 3 April 2012 menjadi momen bersejarah bagi Instagram karena telah sukses di platform android. Jumlah pengguna meningkat sebanyak satu juta hanya dalam waktu 12 jam saja dan terus meningkat. Pada 1 Mei 2012 pengguna mencapai 50 juta dan selalu bertambah 5 juta pengguna setiap minggunya. Selang sembilan hari kehadiran Instagram di android, perusahaan Burbn diakuisisi Facebook pada 9 April 2012 (Atmoko, 2010).

Pada 11 Mei 2016, Instagram merilis versi 10.10.0 dengan logo dan tampilan baru. Logo baru terlihat lebih berwarna dengan menampilkan ikon kamera dengan pelangi hidup yang dikreasikan dengan gradasi warna. Rilisnya versi ini menjadikan Instagram semakin disukai penggunanya

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram mempunyai lima menu utama yang terletak dibagian bawah tampilan aplikasinya, menu tersebut diantaranya :

a. *Home Page*

Home Page merupakan tampilan halaman utama yang memuat konten terbaru berupa foto atau video dari sesama pengguna yang diikuti. Cara melihat konten hanya dengan menggeser/*scroll* layar dari bawah ke atas

b. *Explore*

Explore merupakan fitur yang menampilkan konten-konten populer dalam bentuk foto maupun video yang banyak disukai oleh penggunanya. Instagram punya algoritma rahasia dalam menentukan konten populer yang dimasukkan dalam fitur *explore*-nya.

c. Profil

Profil berisi mengenai informasi detail dari pengguna/pemilik akun, baik akun sendiri maupun akun pengguna lain. Profil bisa diakses dengan menekan ikon foto pengguna yang berbentuk lingkaran di

bagian bawah paling kanan. Fitur ini menampilkan nama akun, jumlah konten foto maupun video yang telah diupload, jumlah *follower*, dan jumlah *following*.

d. *Reels*

Reels merupakan fitur terbaru yang menampilkan video pendek berdurasi 15 detik, pengguna dapat membuat konten *reels* dengan merekam video atau menggabungkan klip kemudian menambahkan audio dan efek yang sudah tersedia. Fitur ini dapat diakses dengan menekan ikon berbentuk simbol *play* yang terletak disamping ikon profil.

e. *Instagram Story (Instastory)*

Instastory merupakan fitur berbagi cerita yang diunggah pengguna dalam bentuk foto maupun video pendek yang akan otomatis terhapus jika sudah 24 jam. Foto maupun video yang diunggah dapat ditambah teks, musik, animasi, bergerak (*gif*) dan efek warna.

f. *Live*

Fitur ini dapat menayangkan langsung kegiatan pengguna dalam bentuk video, dan bisa ditonton oleh pengguna lain. Ketika *live* sedang berlangsung pengguna lain bisa berinteraksi dengan cara meninggalkan komentar di kolom komentar yang tersedia.

g. *Direct Message*

Fitur ini berfungsi untuk mengirimkan pesan antar pengguna dalam bentuk teks, foto, *voice note*, maupun video. Ikon *direct message* terletak di pojok kanan atas tampilan *home page* Instagram.

h. Sorotan/*Highlight*

Fitur ini memungkinkan pengguna menyimpan *stories* sehingga bisa dilihat tanpa batas waktu, sorotan akan disimpan di tampilan profil dan bisa dilihat oleh pengguna lain.

i. *Hastag (#)*

Fitur ini menggambarkan kata kunci konten, sehingga dapat memudahkan pengguna untuk menemukan konten yang dicari.

j. Komentar

Fitur ini berbentuk balon percakapan yang berfungsi untuk berinteraksi antar pengguna dengan memberikan komentar atau tanggapan dalam sebuah postingan.

k. *Like*

Selain berinteraksi dengan komentar, pengguna juga dapat berinteraksi dengan memberikan tanggapan berupa *like*/suka pada konten yang ada dengan menekan ikon *love* yang berada dibawah postingan konten.

l. Membagikan Postingan

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan postingan milik orang lain ke dalam *instastory*, caranya dengan menekan ikon tanda panah yang terletak di bawah postingan.

m. Menyimpan Postingan

Pengguna juga dapat menyimpan postingan milik pengguna lain dengan cara menekan ikon pita di bawah postingan sebelah kanan. Fitur ini berguna jika dirasa postingan tersebut menarik ataupun penting, sehingga bisa dilihat kembali kapanpun selama postingan tersebut tidak dihapus.

4. Pembuatan Akun Instagram

Pembuatan akun Instagram bisa melalui aplikasi Instagram dan web yang terhubung ke internet. Proses pendaftaran pada keduanya hampir sama, perbedaannya hanya terletak pada langkah awal. jika melalui aplikasi harus dipastikan aplikasi Instagram sudah terpasang di perangkat, sedangkan jika melalui web pengguna memerlukan aplikasi *search engine* untuk dapat mengaksesnya tanpa harus menginstall aplikasi Instagram pada perangkat. Berikut prosedur pendaftaran Instagram:

- a. Klik menu *sign in*, selanjutnya masukan email atau nomor ponsel kemudian klik tombol selanjutnya.
- b. Kemudian akan muncul halaman baru untuk membuat kata sandi. Kata sandi harus terdiri dari 6 karakter atau lebih, disarankan untuk memadukan berbagai karakter di dalamnya supaya kata sandi kuat

namun harus diingat oleh pengguna. Ponsel dapat merekam kata sandi untuk memudahkan pengguna ketika log in kembali dengan memilih perintah “ingat kata sandi” yang terletak di bawah kolom kata sandi.

- c. Mengisi nama pengguna
- d. Langkah selanjutnya yaitu memasukan nama pengguna sesuai yang diinginkan, kemudian klik perintah “selanjutnya”. Apabila nama yang dimasukan disetujui, pengguna akan diarahkan ke halaman selanjutnya dengan menekan perintah “selanjutnya”.
- e. Mengisi kode konfirmasi
- f. Instagram akan mengirim kode konfirmasi ke email atau nomor ponsel yang dimasukan pada tahap awal tadi. Setelah mendapatkan kode konfirmasi kemudian masukkan ke dalam kolom yang tersedia.
- g. Edit profil dan bio
- h. Mengedit profil dengan cara klik menu edit profil kemudian isi informasi diri. Jika sudah klik tanda centang di sisi kanan atas.
- i. Pendaftaran selesai
- j. Setelah semua selesai pengguna sudah bisa memulai untuk mengikuti teman dan memposting foto atau video.

Prosedur pembuatan akun Instagram cukup mudah karena tidak membutuhkan persyaratan yang rumit. Mengakses Instagram yang paling utama adalah memiliki koneksi internet pada perangkatnya. Kemudahan inilah yang membuka kesempatan luas untuk semua orang supaya bisa memiliki akun dan mengakses Instagram.

C. Analisis Media Siber

Kristen Foot dalam Rulli Nasrullah (2014) menegaskan bahwa perlu ada cara baru dalam memandang realitas di media siber untuk mengupas bagaimana produksi media, makna yang timbul, hubungan, dan bagaimana pola-pola tersebut bisa berfungsi di ruang siber (Nasrullah, 2014).

Penelitian ini menggunakan metode Rulli Nasrullah, yaitu metode untuk menganalisa kejadian di media siber. Metode ini memiliki empat level,

yaitu ruang media (*Media Space*), dokumen media (*Media Archive*), objek media, dan pengalaman (*Experiental Stories*) (Nasrullah, 2014).

1. Ruang Media (*Media Space*)

Level ini menjelaskan tentang struktur dan perangkat (regulasi dan prosedur) media sosial, misalnya langkah-langkah dalam pembuatan akun, publikasi konten, dan komponen grafis dari tampilan media sosial. Sederhananya, dalam level ini peneliti mengambil peran sebagai pengamat dan partisipan. Karena pada level ini pengumpulan data tidak hanya fokus pada tampilannya, tetapi juga pada bagaimana media tersebut diproduksi.

2. Dokumen Media (*Media Archive*)

Level ini menjelaskan mengenai isi (teks dan makna yang ada di dalamnya) setelah itu dibagikan melalui media sosial. Teks ini dibentuk oleh pengguna (*encoding*) dan menjadi bagian utama pada level ini, kemudian diartikan (*decoding*) menjadi sebuah realita dalam sosial siber. Peneliti akan mengetahui bagaimana representasi dari pengguna itu sendiri. Teks bukan hanya mewakili pendapat pengguna di media, akan tetapi teks tersebut menunjukkan ideologi, budaya, pandangan politik, dan latar belakang sosial, hingga mempresentasikan identitas kelompok. Fokus peneliti pada materi yang dipublikasikan pada teks baik berupa kalimat, foto, maupun visual yang lain.

3. Objek Media

Level objek media merupakan unit spesifik sehingga peneliti bisa melihatnya sebagai aktivitas ataupun interaksi dalam media siber, baik aktivitas dan interaksi antar pengguna dalam unit mikro maupun makro. Teks yang ada pada media siber maupun konteks yang terdapat di sekitar teks dijadikan sebagai sumber data penelitian, peneliti akan mengkaji bagaimana teks tersebut ditanggapi atau melihat interaksi yang terjadi antar pengguna.

4. Pengalaman (*Experiental Stories*)

Level ini berfungsi sebagai penghubung antara dunia virtual dengan dunia nyata, khususnya untuk mengungkapkan motif yang menjadi dasar

pengguna dalam menggunakan dan menyebarkan isi di media, mengamati fenomena yang terjadi di jaringan online, dan mengamati dampak yang terjadi pada dunia nyata. Peneliti pada level ini akan mengetahui bagaimana motif atau dasar suatu teks diproduksi dan juga dampaknya, sehingga peneliti bisa menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual dengan dunia nyata.

BAB III

GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @akhlaqpedia

A. Profil Akun Instagram @akhlaqpedia

1. Sejarah Akun Instagram @akhlaqpedia

Akun @akhlaqpedia berdiri sejak Mei 2021, berawal dari keresahan *founder* (pemilik akun) terkait banyaknya permasalahan di lingkungan sekitar. Permasalahan yang terlihat sepele dan tidak mencerminkan kita sebagai manusia berakhlak, yang seharusnya tidak patut untuk dilakukan.

“Berawal dari banyaknya masalah di sekitar founder yang cukup menggelisahkan. Seperti cara orang mengantri di mini market yang mana bisa dari kanan, kiri dan bahkan menyerobot karena merasa lebih penting, lebih berhak, lebih perlu cepat dll. Hal lainnya seperti cara anak-anak berbicara kepada orangtua atau sebaliknya, atau cara orang berkendara di jalan raya yang sangat meresahkan. Semua hal itu karena akhlak yang kurang baik.”

Permasalahan seperti contoh kecil diatas sudah dianggap lazim di kehidupan kita. Jika melihat dampak jangka panjangnya, generasi sekarang bisa tidak mengenal akhlak apabila terus menerus menormalisasi permasalahan-permasalahan tersebut. Hal ini menjadi tugas kita semua untuk menyadarkan masyarakat tentang pentingnya akhlak di kehidupan kita.

Disisi lain Nabi Muhammad SAW diutus untuk memperbaiki akhlak manusia. Dari sinilah *founder* @akhlaqpedia merasa terpanggil untuk ikut menyebarkan ajaran-ajaran Nabi Muhammad SAW, khususnya tentang akhlak supaya orang-orang bisa menjaga akhlak yang baik terhadap sesama.

“Padahal Nabi Muhammad diturunkan untuk memperbaiki akhlak manusia, sehingga kami merasa terpanggil untuk ikut andil dalam menyebarkan ajaran-ajaran Nabi untuk dapat menjaga akhlak-akhlak yang baik terhadap sesama, disetiap kesempatan.”

Founder @akhlaqpedia memilih komik sebagai media dalam berdakwah karena komik dinilai efektif. Selain mudah diterima disemua kalangan, komik juga lebih bisa menggambarkan situasi dibanding menggunakan manusia sebagai modelnya.

“Kami memilih komik karena komik mudah diterima oleh banyak kalangan, umur dan juga memudahkan untuk menggambarkan sebuah contoh situasi dibandingkan menggunakan model manusia yang lebih repot. Jadi kami memilih komik untuk menjangkau lebih luas, lebih mudah dan lebih cepat.”

Setelah berjalannya waktu isi konten yang dibuat tidak lagi fokus pada ajaran akhlak. Sesuai dengan isu yang sedang hangat di masyarakat dengan tujuan utama untuk mengajak orang lain berbuat dan berpikir baik.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Akun @akhlaqpedia dibentuk untuk menjadi *agent of change* di lingkungan masyarakat.

b. Misi

- Menjadi media dakwah yang ringan dan mudah diterima
- Menyebarkan keluhuran ajaran agama Islam
- Mengajak masyarakat menjadi orang yang baik

3. Logo



Gambar 3. 1 Logo Akun Instagram @akhlaqpedia

Logo @akhlaqpedia terbentuk dari tulisan akhlaqpedia yang berwarna kuning dengan warna background hitam, dan dibawahnya terdapat slogan “Teman Untuk Menjadi Lebih Baik”.

B. Gambaran Umum Akun Instagram @akhlaqpedia

Instagram menjadi salah satu medium untuk memberikan informasi dalam bentuk visual dan audio visual kepada khalayak. Akun @akhlaqpedia memanfaatkan Instagram sebagai medium untuk menyebarkan dakwah dalam bentuk komik digital. Pemilihan komik digital dinilai lebih efisien dan anti *mainstream*, serta lebih mudah diterima dan mampu menjangkau semua kalangan.

Sejak dirilis pada Mei 2021, akun @akhlaqpedia tetap konsisten dengan konten komik Islam. Kontennya mampu menarik anak-anak muda supaya tetap belajar nilai-nilai Islam dengan cara yang lebih menghibur. Terhitung hingga awal Desember 2023 @akhlaqpedia sudah mempunyai 34,8 ribu *follower* dengan 797 postingan.



Gambar 3. 2 Tampilan Profil Akun Instagram @akhlaqpedia

Sesuai latar belakang dibuatnya akun ini yaitu untuk ikut menyebarkan ajaran Nabi Muhammad SAW, hal ini dipertegas pada keterangan bio yang ada di profil. Tercantum dalam bionya “Teman Untuk Menjadi Lebih Baik” Akhlak | Adab | Moral | Etika “Tidak ada sesuatu yang lebih berat dalam timbangan daripada akhlak yang baik”.



Gambar 3. 3 Postingan Pertama @akhlaqpedia Pada 1 Juni 2021

Pesan ajaran Islam yang dimuat pada konten @akhlaqpedia lebih fokus pada ajaran akhlak, tapi tetap diselingi pesan-pesan lain, misalnya Tauhid, akidah, dan kumpulan do'a-doa. Selain komik Islam, akun @akhlaqpedia juga membuat konten lain berupa narasi hadist dan potongan ayat Al-Qur'an yang disajikan di dalam *feed*.



Gambar 3. 4 Postingan Hadist Pada Akun @akhlaqpedia

C. Bentuk Dakwah Digital pada Akun Instagram @akhlaqpedia

Akun Instagram @akhlaqpedia memiliki ciri khas dalam kontennya, yaitu menggunakan gambar komik sebagai identitas dari akun ini. Menggunakan komik sebagai media dakwah dinilai lebih ringan dan efisien karena bisa lebih diterima di semua kalangan. Tema komik yang disajikan menggambarkan problematika yang ada di lingkungan sekitar.

Topik konten dakwah yang dimuat fokus pada ajaran-ajaran akhlak yang dikorelasikan dengan problem yang sering ditemui di lingkungan sekitar. Hal ini sesuai dengan tujuan awal dibuatnya akun @akhlaqpedia, untuk turut andil menyebarkan ajaran Nabi Muhammad SAW serta dapat menjaga akhlak-akhlak yang baik terhadap sesama.

Berikut konten dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia dalam bentuk komik digital periode Agustus-Oktober 2023.

Daftar Konten Dakwah di Akun Instagram @akhlaqpedia

1. Postingan 1 Agustus 2023



Gambar 3. 5 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 1 Agustus 2023



Gambar 3. 6 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 1 Agustus 2023



Gambar 3. 7 Slide 3 Konten
@akhlaqpedia 1 Agustus 2023



Gambar 3. 8 Slide 4 Konten
@akhlaqpedia 1 Agustus 2023



Enggak kok. Lewat Akhlaqpedia, kamu bisa mendapatkan berbagai ilmu tentang Islam. Mulai soal akhlaq, hingga berbagai kisah inspiratif.

Yuk follow instagram @akhlaqpedia dan subscribe youtube @akhlaqpedia

Gambar 3. 9 Slide 5 Konten
@akhlaqpedia 1 Agustus 2023

2. Postingan 7 Agustus 2023



Gambar 3. 10 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023



Gambar 3. 11 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023



Gambar 3. 12 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023



Gambar 3. 13 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 7 Agustus 2023

3. Postingan 14 Agustus 2023



Gambar 3. 14 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023



Gambar 3. 15 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023



Gambar 3. 16 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023



Gambar 3. 17 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 14 Agustus 2023

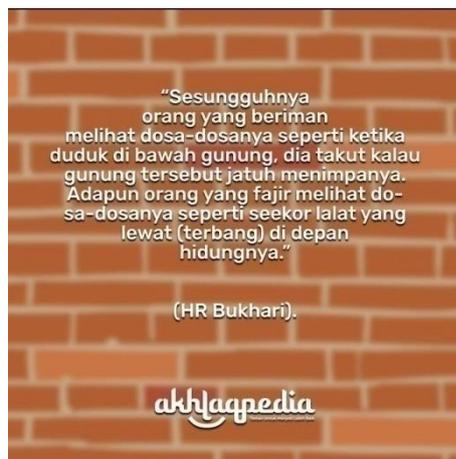
4. Postingan 21 Agustus 2023



Gambar 3. 18 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023



Gambar 3. 19 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023



Gambar 3. 20 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023



Gambar 3. 21 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 21 Agustus 2023

5. Postingan 28 Agustus 2023



Gambar 3. 22 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023



Gambar 3. 23 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023



Gambar 3. 24 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023



Enggak kok. Lewat Akhlaqpedia, kamu bisa mendapatkan berbagai ilmu tentang Islam. Mulai soal akhlaq, hingga berbagai kisah inspiratif.

Yuk follow instagram @akhlaqpedia dan subscribe youtube @akhlaqpedia

Gambar 3. 25 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 28 Agustus 2023

6. Postingan 4 September 2023



Gambar 3. 26 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 4 September 2023



Gambar 3. 27 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 4 September 2023

Belajar agama itu ribet?



Eggak kok. Lewat Akhlaqpedia, kamu bisa mendapatkan berbagai ilmu tentang Islam. Mulai soal akhlaq, hingga berbagai kisah inspiratif.

Yuk follow instagram @akhlaqpedia dan subscribe youtube @akhlaqpedia

Gambar 3. 28 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 4 September 2023

7. Postingan 10 September 2023



Gambar 3. 29 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023



Gambar 3. 30 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023



Gambar 3. 31 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023



Enggak kok. Lewat Akhlaqpedia, kamu bisa mendapatkan berbagai ilmu tentang Islam. Mulai soal akhlaq, hingga berbagai kisah inspiratif.

Yuk follow instagram @akhlaqpedia dan subscribe youtube @akhlaqpedia

Gambar 3. 32 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 10 September 2023

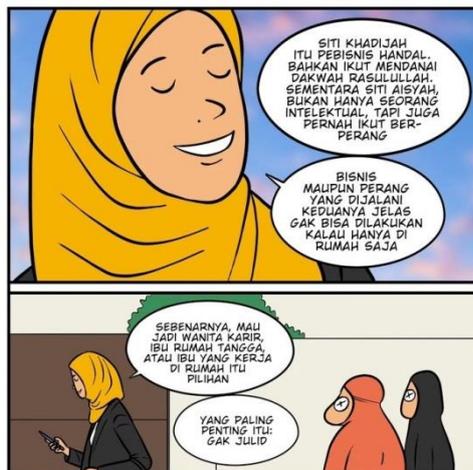
8. Postingan 29 September 2023



Gambar 3. 34 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023



Gambar 3. 33 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023



Gambar 3. 36 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023



Eggak kok. Lewat Akhlaqpedia, kamu bisa mendapatkan berbagai ilmu tentang Islam. Mulai soal akhlaq, hingga berbagai kisah inspiratif.

Yuk follow instagram @akhlaqpedia dan subscribe youtube @akhlaqpedia

Gambar 3. 35 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 29 September 2023

9. Postingan 6 Oktober 2023



Gambar 3. 37 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023



Gambar 3. 38 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023



Gambar 3. 39 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023

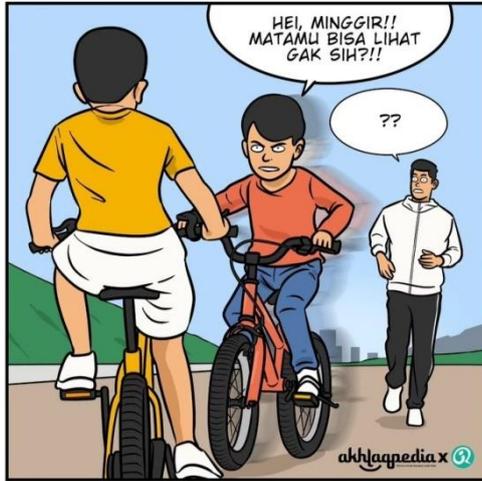


Enggak kok. Lewat Akhlaqpedia, kamu bisa mendapatkan berbagai ilmu tentang Islam. Mulai soal akhlaq, hingga berbagai kisah inspiratif.

Yuk follow instagram @akhlaqpedia dan subscribe youtube @akhlaqpedia

Gambar 3. 40 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 6 Oktober 2023

10. Postingan 13 Oktober 2023



Gambar 3. 41 Slide 1 Konten
@akhlaqpedia 6 Oktober 2023



Gambar 3. 42 Slide 2 Konten
@akhlaqpedia 6 Oktober 2023



Gambar 3. 43 Slide 3 Konten
@akhlaqpedia 6 Oktober 2023



Gambar 3. 44 Slide 4 Konten
@akhlaqpedia 6 Oktober 2023

11. Postingan 19 Oktober 2023



Gambar 3. 47 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023



Gambar 3. 45 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023



Gambar 3. 49 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023



Gambar 3. 46 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023



Gambar 3. 48 Slide 5 Konten @akhlaqpedia 19 Oktober 2023

12. Postingan 25 Oktober 2023



Gambar 3. 51 Slide 1 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023



Gambar 3. 50 Slide 2 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023



Gambar 3. 53 Slide 3 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023



Gambar 3. 52 Slide 4 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023



Gambar 3. 54 Slide 5 Konten @akhlaqpedia 25 Oktober 2023

D. Unsur-unsur Dakwah pada Akun Instagram @akhlaqpedia

Pelaksanaan dakwah mempunyai beberapa unsur yang saling terhubung, unsur-unsur dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia meliputi:

1. Subjek dakwah (da'i/pelaku dakwah)

Subjek dakwah adalah orang yang menjalankan fungsi dakwah yang disebut da'i, yang bisa dilakukan secara individu atau kelompok. Komponen terpenting untuk menjadi da'i adalah belajar bagaimana menyebarkan pesan dan menjadikan dakwah untuk mengatasi masalah-masalah sosial (AB, 2016).

Subjek dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia yaitu admin @akhlaqpedia. Orang yang membuat konten dan membagikannya melalui Instagram dalam bentuk komik digital.

2. Objek dakwah (*Mad'u*)

Objek dakwah adalah seseorang atau sekelompok orang yang menjadi fokus dakwah. Orang yang menerima dakwah tidak memandang usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan status sosial (AB, 2016).

Objek dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia merupakan seluruh pengguna Instagram dan *follower* @akhlaqpedia, yang saling terhubung, berbagi pendapat, dan berkolaborasi.

3. Materi Dakwah (*Maddah*)

Materi dakwah merupakan kandungan pesan dakwah yang disampaikan oleh subjek dakwah. Isi pesan tentang ajaran agama Islam terkait berbagai aspek dalam kehidupan manusia, meliputi: akhlak, tauhid, dan ibadah. (AB, 2016).

Materi dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia dimuat dalam bentuk komik digital, berisi tentang permasalahan di lingkungan sekitar yang dikemas dalam bentuk komik digital.

4. Metode Dakwah (*Thariqah*)

Para da'i menyampaikan dakwahnya kepada mad'u menggunakan proses yang dikenal dengan metode dakwah. Faktor yang paling

menentukan agar kegiatan dakwah berjalan lancar adalah dengan menggunakan metode dakwah yang tepat.

Metode dakwah pada akun @akhlaqpedia menggunakan metode dakwah *bil qalam*, yaitu berdakwah dengan menggunakan tulisan. Pada postingannya, @akhlaqpedia menggunakan narasi untuk menjelaskan tentang tema yang diangkat.

5. Media Dakwah (*Washilah*)

Media dakwah merupakan segala sesuatu yang menjadi alat untuk menyebarkan pesan sehingga dapat mencapai tujuan dakwah (Syukir, 1984). Media dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia yaitu menggunakan media Instagram.

6. Efek Dakwah (*Atsar*)

Efek dakwah adalah perubahan gagasan, perasaan dan tindakan objek dakwah setelah menerima pesan dakwah. Aktivitas dakwah yang sudah dilakukan da'i mencakup unsur-unsur dakwah mulai dari materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqoh* tertentu akan menimbulkan respon atau efek pada mad'u.

Efek dakwah pada akun Instagram @akhlaqpedia terbentuk pada mad'u (*user* Instagram) dengan mengaplikasikan materi dakwah yang didapat dari konten @akhlaqpedia di kehidupan nyata.

BAB VI

ANALISIS MEDIA SIBER PADA AKUN INSTAGRAM @akhlaqpedia

Penelitian ini memanfaatkan penggunaan metode etnografi virtual, dimana peneliti tidak hanya sebatas menjadi pengamat akan tetapi ikut terlibat langsung dalam fenomena yang diteliti. Salah satu langkah yang dilakukan yaitu menjadi *followers* pada akun Instagram @akhlaqpedia. Berdasar pada rumusan masalah pada penelitian ini, berikut merupakan hasil analisa peneliti menggunakan analisis media siber yang terbagi dalam empat analisis, yaitu ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*). Berikut penjelasan dari setiap analisisnya, yaitu:

A. Ruang Media (*Media Space*)

Ruang media dalam analisis media siber mengungkap bagaimana struktur yang ada di medium internet. Medium dalam hal ini yaitu tempat atau lokasi terjadinya budaya dan interaksi dari komunitas. Ruang media dalam media sosial mencakup prosedur dalam pembuatan akun, mempublikasikan konten, maupun tampilan grafis dari tampilan media sosial (Nasrullah, 2018).

Penelitian ini membahas tentang dakwah yang ada pada akun Instagram @akhlaqpedia. Medium yang digunakan pada penelitian ini yaitu Instagram. Hal pertama supaya bisa mengakses Instagram pengguna harus membuat akun terlebih dahulu.

Pembuatan akun Instagram bisa melalui aplikasi Instagram dan web yang terhubung ke internet. Proses pendaftaran pada keduanya hampir sama, perbedaannya hanya terletak pada langkah awal. Jika melalui aplikasi harus dipastikan aplikasi Instagram sudah terpasang di perangkat, sedangkan jika melalui web pengguna memerlukan aplikasi *search engine* untuk dapat mengaksesnya tanpa harus menginstall aplikasi Instagram pada perangkat. Berikut prosedur pendaftaran Instagram:

1. *Download* aplikasi Instagram pada *App Store* untuk pengguna *OS* atau *Google Play Store* untuk pengguna *Android*.

2. Setelah terpasang, kemudian buka aplikasi tersebut.
3. Klik menu “Daftar dengan Email dan Nomor Telepon”, selanjutnya masukan email atau nomor ponsel, kemudian klik tombol selanjutnya. Bisa juga masuk dengan Facebook dengan klik pada menu “Masuk dengan Facebook”.
4. Kode konfirmasi akan dikirim melalui email atau nomor ponsel berupa SMS, Setelah mendapatkan kode konfirmasi kemudian masukkan ke dalam kolom yang tersedia.
5. Masukan nama pengguna sesuai yang diinginkan, kemudian klik perintah “selanjutnya”. Apabila nama yang dimasukan disetujui, pengguna akan diarahkan ke halaman selanjutnya dengan menekan perintah “selanjutnya”.
6. Kemudian akan muncul halaman baru untuk membuat kata sandi. Kata sandi harus terdiri dari 6 karakter atau lebih, disarankan untuk memadukan berbagai karakter di dalamnya supaya kata sandi kuat namun harus diingat oleh pengguna. Ponsel dapat merekam kata sandi untuk memudahkan pengguna ketika *log in* kembali dengan memilih perintah “ingat kata sandi” yang terletak di bawah kolom kata sandi.
7. Kemudian masukkan tanggal lahir, kemudian pilih menu “selanjutnya”. Akan muncul konfirmasi pendaftaran dengan nama yang kita ajukan.
8. Kemudian pilih menu “Daftar”.
9. Pilih “lewati” apabila muncul perintah untuk menghubungkan ke Facebook dan kita tidak ingin menghubungkannya.
10. Pilih “lewati” apabila muncul untuk mengikuti teman di Facebook.
11. Kemudian tambahkan foto profil, atau pilih “lewati” karena perintah ini bisa dilakukan nanti.
12. Pendaftaran selesai, pengguna sudah bisa memulai untuk mengikuti teman dan memposting konten foto maupun video.

Prosedur pembuatan akun Instagram cukup mudah karena tidak membutuhkan persyaratan yang rumit. Mengakses Instagram yang paling utama adalah memiliki koneksi internet pada perangkatnya, karena media siber merupakan sebuah akun hidup, terhubung, dan terkoneksi dengan catatan

server dan stasuin yang terkoneksi ke jaringan internet tetap hidup. Data di perangkat lunak pada media siber akan tetap bisa diakses oleh semua pengguna yang terhubung walaupun penggunanya tidak mengakses jaringan internet, contohnya kita mengirim email kapan pun sementara penerima belum tentu saat itu juga membaca isi email yang kita kirim (Nasrullah, 2018). Begitu juga pada Instagram, setiap *like*, komentar, atau *direct message* (DM) yang kita kirimkan akan masuk ke penerima apabila penerima terhubung dengan internet.



Gambar 4. 1 Tampilan Profil Akun Instagram @akhlaqpedia

Akun Instagram @akhlaqpedia menjadi salah satu akun yang menjembatani terbentuknya komunitas di Instagram. Akun ini fokus menjadi media untuk menyebarkan dakwah digital supaya bisa menjadi tempat belajar dan diskusi bersama. Keterbukaan akun @akhlaqpedia memudahkan siapa saja untuk mengaksesnya, mengikuti, melihat, dan memberikan tanggapan terhadap postingan yang ada tanpa harus meminta persetujuan dari admin.

Pengikut akun Instagram @akhlaqpedia merupakan sekelompok orang yang tergabung dalam ruang virtual Instagram dan memiliki kesukaan yang sama terhadap akun Instagram @akhlaqpedia. Pengikutnya akan mendapat informasi terkait konten dakwah yang diposting dalam akun Instagram @akhlaqpedia.

Layaknya media sosial lain, pengguna Instagram dapat saling berinteraksi dengan memberikan komentar maupun mengirim pesan ke sesama pengguna. Akun Instagram @akhlaqpedia merupakan akun publik, semua pengguna Instagram bisa mengakses dan menikmati konten-kontennya. Berbeda dengan akun pribadi yang biasanya di privasi, sehingga pengunjung harus menunggu persetujuan dari yang punya akun untuk menikmati konten-kontennya.

Pengguna yang sudah memiliki akun Instagram bisa langsung terhubung dengan akun @akhlaqpedia melalui fitur *search*/pencarian pada Instagram. Caranya cukup dengan memasukkan nama akun “akhlaqpedia” kemudian akan muncul akun tersebut. Pilih akun yang dituju kemudian akan masuk kedalam profil akun tersebut, profil akun memuat jumlah postingan, jumlah *follower*, dan jumlah akun yang diikuti. Kemudian klik *follow*, fitur *follow* memudahkan pengguna untuk mengikuti akun yg disukai sehingga tidak ketinggalan konten-konten terbarunya, otomatis konten akun yang diikuti akan muncul di *home page* Instagram.

Pengguna dapat menuliskan deskripsi atau keterangan dalam bio yang ada pada profil akun. Selain itu bisa juga menambahkan *link* atau tautan akun media sosial lain, email, dan kontak pribadi. Dalam profil akun @akhlaqpedia tercantum bio “Teman Untuk Menjadi Lebih Baik” Akhlak | Adab | Moral | Etika “Tidak ada sesuatu yang lebih berat dalam timbangan daripada akhlak yang baik”, dan juga tercantum tautan *linktr.ee/akhlaqpedia* yang berisi *link channel* youtube dan *link* untuk memberi *support* pada akun @akhlaqpedia.

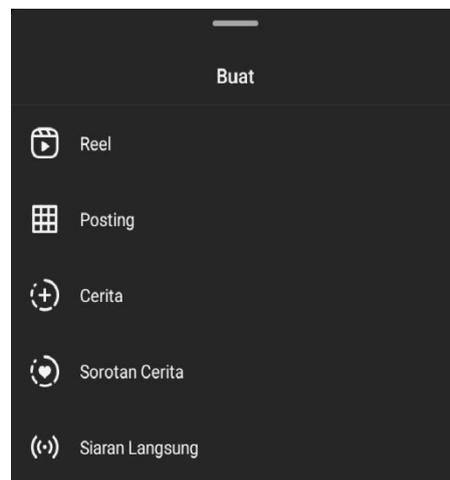
Selanjutnya mempublikasikan konten harus melalui beberapa prosedur, berikut prosedur yang perlu dilakukan untuk mengunggah postingan pada *feed* Instagram.

1. Buka Instagram pada perangkat, kemudian klik ikon plus yang terletak dibawah tampilan Instagram atau masuk ke menu profil kemudian klik ikon plus yang terletak diatas tampilan Instagram.



Gambar 4. 2 Cara Unggah Postingan pada Feed Instagram

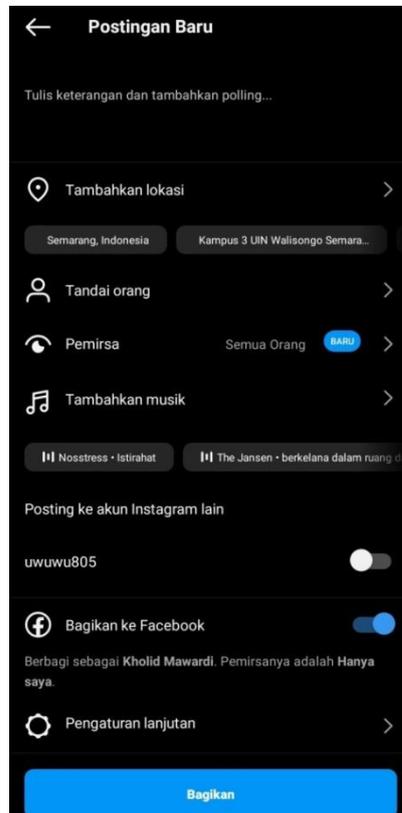
2. Klik menu posting / ikon persegi, kemudian pilih foto yang akan diunggah.



Gambar 4. 3 Cara Unggah Postingan pada Feed Instagram

3. Pengguna dapat memilih ukuran foto yang akan diunggah dengan cara klik ikon dipojok kiri bawah. Pada halaman ini juga pengguna bisa memilih foto dengan batas maksimal 10 foto untuk diunggah dalam satu *feed*. Kemudian klik ikon tanda panah untuk ke tahap selanjutnya.
4. Pengguna dapat mengedit dan menambhkan *filter* yang sudah tersedia sebelum foto diunggah. Tahap ini tidak harus dilakukan, apabila pengguna ingin mengunggah foto asli maka tahap ini bisa dilewati dan langsung klik ikon tanda panah untuk ketahap berikutnya.
5. Pengguna dapat menambah keterangan lokasi, menambahkan *caption*, menandai akun lain, mengatur siapa yang bisa melihat, dan menambahkan

musik, serta bisa sekaligus mengunggah postingan ke media sosial Facebook. Jika sudah selesai klik menu bagikan.



Gambar 4. 4 Cara Unggah Postingan pada Feed Instagram

Publikasi konten pada akun @akhlaqpedia dilakukan oleh admin. Konten akan diposting setelah melalui semua tahapan pembuatannya.

“Setelah semua bahan sudah selesai, mulai dari ilustrasi komiknya dan narasi untuk captionnya, kemudian admin memposting di Instagram dengan menandai beberapa akun ustadz yang menjadi referensi kami (yang memiliki jumlah follower diatas satu juta).”

Adanya struktur media pada akun @akhlaqpedia menjadikan akun ini dapat mengakses semua fitur di Instagram sehingga dapat menciptakan budaya-budaya positif dalam dunia maya, khususnya dalam menyebarkan nilai-nilai Islam.

B. Dokumen Media (*Media Archive*)

Dokumen media menjelaskan mengenai isi (teks dan makna yang ada di dalamnya) pada konten yang diproduksi kemudian dibagikan melalui media sosial. Level ini fokus pada materi yang dipublikasikan pada teks baik berupa kalimat, foto, maupun visual yang lain (Nasrullah, 2014).

Pada akun @akhlaqpedia yang menjadi dokumen media adalah komik Islami. Pemilihan komik sebagai konten dakwah dinilai lebih efisien dan anti *mainstream*, serta lebih mudah diterima dan mampu menjangkau semua kalangan. Kelebihan lainnya karena komik lebih ringan dan mudah dipahami karena ilustrasinya menggambarkan situasi yang terjadi dan ditambah dengan narasi percakapan sehingga isi dari pesannya bisa lebih mudah ditangkap pembaca.

Sesuai dengan bio yang tercatat di profilnya "*Teman Untuk Menjadi Lebih Baik*" *Akhlaq | Adab | Moral | Etika* "*Tidak ada sesuatu yang lebih berat dalam timbangan daripada akhlak yang baik*". Konten yang disajikan pada akun @akhlaqpedia tidak jauh dari permasalahan tentang akhlak, adab, moral, dan etika.

Berikut isi dokumen media akun @akhlaqpedia periode Agustus-Oktober 2023:

1. Postingan 1 Agustus 2023 (Gambar 3.5 – Gambar 3.9)

Postingan ini menggambarkan seseorang ketika menerima tamu di rumahnya. Memuat nilai-nilai akhlak dalam memuliakan tamu, mulai dari menyambutnya dengan baik, menyuguhkan hidangan-hidangan terbaik, menghormatinya, menjaga sopan santun, dan menjaga ucapan supaya tidak menyinggung, serta dianjurkan untuk memberikan hadiah ketika tamu pamit pulang. Postingan ini dilengkapi juga dengan Hadist yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori "*Barangsiapa yang beriman pada Allah dan hari akhir maka hendaklah dia memuliakan tamunya.*"

2. Postingan 7 Agustus 2023 (Gambar 3.10 – Gambar 3.13)

Postingan ini mengajarkan kita untuk selalu berdo'a ketika keluar rumah. Sebab disaat kita keluar rumah diibaratkan kita menghadapi kehidupan seperti di hutan belantara, bisa bertemu hal baik maupun hal buruk.

Sesuai ajaran Rasulullah SAW untuk selalu mengucapkan bacaan do'a setiap keluar rumah. Sebab dengan membaca do'a seorang muslim akan dihindarkan dari godaan setan karena ia mendapat petunjuk, perlindungan, dan kecukupan.

Postingan ini dilengkapi Hadist yang diriwayatkan oleh Abu Dawud, Tirmidzi, an-Nasai, dan Ibnu Majah *“Ya Allah, aku berindung kepadaMu, jangan sampai aku sesat atau disesatkan (setan atau orang yang berwatak setan), berbuat salah atau disalahi, menganiaya atau dianiaya (orang), dan berbuat bodoh atau dibodohi”*.

3. Postingan 14 Agustus 2023 (Gambar 3.14 – Gambar 3.17)

Postingan ini mengingatkan untuk banyak berdzikir supaya hidup menjadi tenang. Digambarkan dengan orang yang sedang murung dan tetap tidak tenang walaupun sudah mencari kesenangan dalam bentuk duniawi, namun dia lupa kapan terakhir dia berdzikir.

Masalah tersebut kemudian dijawab dengan mencantumkan Surat Ar-Ra'd: 28 yang artinya *“(yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenang dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenang”*. Surat Ar-Ra'd: 28 menjelaskan tentang keutamaan berdzikir. Mengingat nama Allah SWT melalui berdzikir mereka akan menjalani kehidupan sehari-hari dengan yang hati tenang dan jiwa yang tenang.

4. Postingan 21 Agustus 2023 (Gambar 3.18 – Gambar 3.21)

Postingan ini mengingatkan kita supaya jangan bangga terhadap maksiat yang pernah kita lakukan. Digambarkan dengan ilustrasi seseorang yang sedang melakukan *podcast*, dan dia merasa bangga dengan maksiat yang masih sering dilakukannya dengan maksud hanya untuk

bersenang-senang. Tidak jarang orang yang terang-terangan mengumbar dosanya dengan bangga kemudian ditunjukkan di berbagai media baik media sosial hingga televisi.

Postingan ini dilengkapi dengan Hadist yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, *“Sesungguhnya orang yang beriman melihat dosa-dosanya seperti ketika duduk di bawah gunung, dia takut kalau gunung tersebut jatuh menimpanya. Adapun orang yang fajir melihat dosa-dosanta seperti seekor lalat yang lewat (terbang) di depan hidungnya.”*

5. Postingan 28 Agustus 2023 (Gambar 3.22 – Gambar 3.25)

Postingan ini menjelaskan tentang adab ketika bertamu. Bertamu merupakan salah satu upaya untuk menjaga tali silaturahmi kepada sanak saudara, kerabat, maupun sesama umat Islam. Adab bertamu dalam postingan ini yaitu: (1) Memiliki niat yang baik, (2) Meminta izin terlebih dahulu dan bertamu diwaktu yang tepat, hindari bertamu sehabis dhuhur, sesudah isya, dan sebelum subuh, (3) Bersalaman/berjabat tangan untuk menghormati tuan rumah, (5) Memperhatikan batas waktu ketika bertamu, karena jika bertamu terlalu lama akan memberikan rasa tidak nyaman dan akan membebani penerima tamu.

6. Postingan 4 September 2023 (Gambar 3.26 – Gambar 3.28)

Postingan ini mengingatkan kita untuk tidak menunda-nunda taubat. Kondisi ini sering kita temui pada anak muda yang merasa umurnya masih panjang, sehingga memanfaatkan waktu mudanya untuk bermaksiat, kemudian baru akan taubat nanti ketika sudah tua. Padahal maut hanya Allah yang tau, tidak memandang tua maupun muda.

Menunda taubat merupakan kesalahan besar, pasalnya perintah Allah dan RasulNya menyatakan bahwa bertaubat wajib dilaksanakan langsung. Bahkan menunda taubat merupakan salah satu dosa yang wajib dimintakan ampunan kepada Allah SWT.

Nilai yang bisa diambil dari postingan ini yaitu untuk memprioritaskan taubat dalam kehidupan kita. Sebab satu dosa yang diampuni lebih baik dari dunia dan seisinya. Sangat merugi orang yang menunda taubatnya,

karena Allah SWT sangat mudah mengampuni dosa hambaNya. Jika kita tidak bergegas meminta maaf kepada Allah SWT, maka kita termasuk golongan orang yang tidak mensyukuri nikmat.

7. Postingan 10 September 2023 (Gambar 3.29 – Gambar 3.32)

Postingan ini mengingatkan kita untuk selalu menjaga dan mengingat Allah SWT dimanapun berada. Digambarkan dengan ilustrasi seseorang yang merasa cemas dengan hal-hal yang akan ditemuinya dikemudian hari. namun diingatkan untuk tetap menjaga Allah, karena niscaya Allah akan menjaga kita kapanpun dan dimanapun.

Maksud menjaga disini yaitu selalu menjalani perintah dan menjauhi larangan Allah. Maka Allah akan selalu memperhatikannya, menjaganya, memberikan taufik kepadanya, dan senantiasa melindungi serta menolongnya. Sesuai dengan Firman Allah dalam Surat An-Nahl: 128 yang artinya *“Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang bertakwa dan orang-orang yang berbuat kebajikan”*.

8. Postingan 29 September 2023 (Gambar 3.34 – Gambar 3.35)

Postingan ini menggambarkan serba serbi wanita karir di mata syariat. Masalah ini diambil dari pandangan masyarakat yang menganggap peran wanita tidak jauh dari urusan kasur, sumur, dan dapur. Sedangkan dengan berkembangnya zaman, wanita sekarang tidak ingin didoktrin seperti itu, seperti halnya laki-laki, perempuan juga ingin sukses dalam berkarir.

Sebagai contoh beberapa sahabiyah yang memiliki karir di luar rumah. Siti Khadijah istri Rasulullah SAW merupakan pebisnis handal, dan keuntungan bisnisnya digunakan untuk mendanai dakwah Rasulullah pada masa permulaan Islam. Sementara Siti Aisyah selain intelektual beliau juga ikut berperang di jalan Allah.

Berlomba-lomba dalam kebaikan memiliki tingkatan yang sama dihadapan Allah, tidak membeda-bedakan gender dalam beramal kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk beramal saleh, dan kelak akan mendapatkan balasan yang sama di akhirat.

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Qur'an Surat An-Nahl: 97, yang artinya *“Siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik”*.

Realitanya ada beberapa bidang karir untuk wanita yang sangat dibutuhkan, misalnya menjadi bidan atau dokter kandungan, menjadi guru privat khusus wanita, membuka salon khusus wanita. Pekerjaan-pekerjaan ini merupakan bidang karir untuk wanita.

Wanita yang sudah bersuami tugas utamanya adalah menjadi istri seutuhnya bagi suaminya. Tugas selanjutnya yaitu mendidik dan mengasuh anak-anaknya dengan baik. Jika tugas utama ini dapat dijaga dengan baik, tidak ada salahnya bagi istri untuk berkarir di luar rumah.

9. Postingan 6 Oktober 2023 (Gambar 3.37 – Gambar 3.40)

Postingan ini membahas tentang bagaimana sikap kita ketika memilih pemimpin. Ide cerita dibuat sesuai dengan situasi saat ini yaitu momen mendekati pemilu. Konten ini mengajak kita supaya tidak golput dan tetap memberikan hak pilih kita sesuai dengan kriteria pemimpin yang baik. Pasalnya masyarakat banyak yang tidak percaya dengan pemimpin dan memilih untuk golput, pada kenyataannya itu bukan solusi dari permasalahan tersebut.

Kepemimpinan dalam Islam menjadi hal yang penting, dengan tujuan untuk menjaga agama dalam kehidupan sehingga setiap kebijakan yang dikeluarkan dapat memberikan kemaslahatan, bukan malah memberikan kemudharatan. Pemimpin yang dilahirkan adalah cerminan dari rakyat dan kualitas pemimpin tergantung dari kualitas rakyat., karena embrio pemimpin lahir dari rahim rakyat. Semakin tinggi kualitas rakyat maka akan semakin baik pemimpin yang muncul.

Berdasarkan prinsip maqashid syariah ketika menyikapi pemilihan pemimpin dalam sistem demokrasi modern terdapat sejumlah opsi yaitu:

- a. Memilih pemimpin yang terbaik diantara paket pemimpin yang baik.

- b. Memilih paket pemimpin yang baik dari pada paket pemimpin yang tidak baik.
 - c. Memilih paket pemimpin yang paling sedikit mudharatnya diantara semua paket yang terdapat mudharat (nilai negatif).
10. Postingan 13 Oktober 2023 (Gambar 3.41 – Gambar 3.44)
- Postingan ini memuat tentang cerminan anak kepada orang tua. Secara sadar atau tidak, anak akan meniru ucapan dan perilaku yang dilakukan orang tuanya. Jika setiap hari anak mendapat cacian, maka si anak akan melakukan hal tersebut kepada orang lain, begitu pula sebaliknya.
- Sesuai dengan Hadist yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani, *“Berbuat baiklah kamu terhadap ibu bapakmu, niscaya anak-anakmu akan berbuat baik kepadamu”*.
11. Postingan 19 Oktober 2023 (Gambar 3.47 – Gambar 3.48)
- Postingan ini mengajak kita untuk ikut mendoakan untuk warga Palestina. Banyak sekali wanita dan anak-anak yang menjadi korban kekejaman zionis. Sejak 7 Oktober sudah lebih dari 1000 anak Palestina yang terbunuh di Gaza. Bila dirata-rata hingga 16 Oktober 2023, setidaknya ada satu anak Gaza yang terbunuh setiap 15 menit.
12. Postingan 13 Oktober 2023 (Gambar 3.50 – Gambar 3.54)
- Postingan ini memberikan nasihat tentang makna kebahagiaan dan kedamaian hidup. Konten ini mengingatkan kita untuk tidak mencari kebahagiaan dunia dengan cara yang salah. Banyak orang berlomba-lomba dalam mencari kebahagiaan dengan menempuh jalan yang keliru dan bahkan menjerumuskan mereka ke dalam jurang kesengsaraan dan malapetaka. Hal ini terjadi karena manusia tergoda oleh tipu daya setan yang selalu menggoda manusia untuk melakukan keburukan.
- Sifat tamak manusia, cinta dunia dan selalu berambisi mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya tanpa peduli halal atau haram, dapat menjadi awal malapetaka besar untuk dirinya sendiri. Dalam Hadist riwayat Imam Bukhari dan Muslim menyatakan *“Demi Allah, bukanlah kemiskinan yang aku takutkan (akan merusak agama) kalian, akan tetapi yang aku takutkan*

bagi kalian adalah jika (perhiasan) dunia dibentangkan (dijadikan berlimpah) bagi kalian sebagaimana (perhiasan) dunia dibentangkan bagi umat (terdahulu) sebelum kalian, maka kalianpun berlomba-lomba mengujarnya, sehingga (akibatnya) dunia (harta) itu membinasakan kalian sebagaimana dunia membinasakan mereka”.

Proses pembuatan konten komik Islam pada akun @akhlaqpedia, diawali dengan tim mencari dan mengidentifikasi isu yang sedang hangat di masyarakat melalui TV maupun media sosial. Setelah menemukan isu, kemudian ilustrator membuat sketsa dan narasi sebelum lanjut ke proses selanjutnya.

“Proses awal kita mencari/mengidentifikasi isu yang berkembang di masyarakat melalui TV dan media sosial, kemudian ilustrator membuat sketsa, setelah sketsa dan narasi disetujui lalu lanjut ke pembuatan gambar komik sampai proses pewarnaan.”

Proses terakhir yaitu admin mengunggah komik ke Instagram dengan menandai/tag beberapa akun ustadz yang menjadi referensi dari tema-tema komik yang dibuat. Pemilihan akun yang ditandai yaitu akun ustadz yang sudah memiliki *follower* lebih dari satu juta, misalnya @aagym akun milik Kyai Abdullah Gymnastiar, @adihidayatofficial akun milik Ustadz Adi Hidayat, @ustadzabdulsomad_official akun milik Ustadz Abdul Somad, @salimafillah_official akun milik ustadz Salim A. Fillah.

“Setelah komik jadi, kemudian admin memposting di Instagram dengan menandai beberapa akun ustadz yang menjadi referensi kami (yang memiliki jumlah follower diatas satu juta).

C. Objek Media (*Media Object*)

Objek media merupakan unit yang spesifik dimana peneliti bisa melihat bagaimana aktivitas dan interaksi yang dilakukan oleh pengguna. Level ini menjelaskan tentang aktivitas dan interaksi antar pengguna yang berkaitan dengan data yang ada, data yang dimaksud merupakan teks pada

media siber. Jika pada level dokumen media peneliti hanya fokus pada teks sesuai prosedur, pada level ini peneliti mengamati bagaimana teks itu ditanggapi dan berinteraksi dengan pengguna siber lain. (Nasrullah, 2014).

Peneliti akan menggali dan mengungkapkan bagaimana aktivitas dan interaksi itu terjadi pada akun Instagram @akhlaqpedia. Interaksi yang terjadi pada akun @akhlaqpedia dilakukan oleh pengikut maupun *user* yang mengunjungi akun tersebut. Interaksi terjadi ketika postingan akun @akhlaqpedia muncul pada beranda mereka ataupun secara sengaja mengunjungi akun tersebut kemudian memberikan *like* atau komentar. Komentar yang diberikan bermacam-macam, banyak yang memberikan tanggapan positif bahkan menjadi ruang diskusi terkait tema konten yang diunggah.

Model interaksi pada akun Instagram @akhlaqpedia dilakukan oleh admin dan followers melalui kolom komentar maupun *direct message*. Aktivitas lainnya dapat dilihat dari bagaimana cara *user* menanggapi konten, dengan memberikan *like* atau membagikan postingan tersebut kepada *user* lain. Berikut interaksi yang terjadi kolom komentar postingan akun @akhlaqpedia:



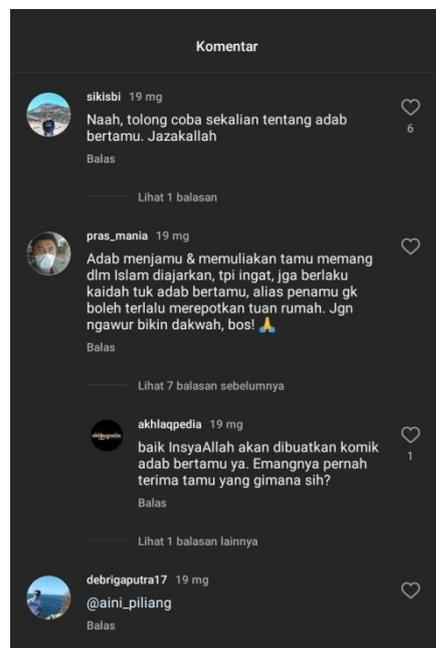
Gambar 4. 5 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia



Gambar 4. 6 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia



Gambar 4. 7 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia



Gambar 4. 8 Komentar pada Postingan @akhlaqpedia

Dilihat dari beberapa komentar, banyak yang memberikan tanggapan positif, menjadikan forum diskusi, memberi ide baru tentang tema, dan juga

menandai akun temannya untuk saling mengingatkan. Hal ini karena konten @akhlaqpedia diambil dari isu keseharian dan sedang hangat pada saat itu.

Komentar positif contohnya pada postingan 14 Agustus 2023 dari akun @_syahidahamanina, "*Masya Allah Tabarokallah, Benar hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenang *emoticon love**". Akun @ihsanadfinda, "*Healing hati sejati hanya dapat dilakukan menurut cara yang disyariatkan oleh yang Maha Memiliki Hati*". Serta akun @moonalimbong, "*ngejleb banget *emoticon sedih**".

Komentar tentang saran ide baru dan menjadi forum diskusi contohnya pada postingan 1 Agustus 2023 dari akun @sikisbi, "*Naah, coba sekalian tentang adab bertamu. Jazakallah*". Kemudian dijawab oleh akun @hnoor_c3, "*nah ini juga penting, supaya jangan hanya menjamu, tapi biar yang bertamu juga tau batasan*". Komentar lain dari akun @pras_mania, "*Adab menjamu & memuliakan tamu memang dalam Islam diajarkan, tapi ingat, juga berlaku untuk adab bertamu, alias penamu nggak boleh terlalu merepotkan tuan rumah. Jangan ngawur bikin dakwah bos!*". Komentar ini ditanggapi oleh admin @akhlaqpedia, "*baik InsyaAllah akan dibuatkan komik adab bertamu ya. Emangnya pernah terima tamu yang gimana sih?*".

Komentar untuk saling mengingatkan dengan menandai teman contohnya pada postingan 21 Agustus dari akun @oscardani, "*@abywqs Wal' iyyadzubillah zaman now. Semoga Allah senantiasa jaga kita semua dari kesesatan nafsu syahwat dan syubhat pola pikir ndak benar macam ini @muhammadafifnardi @zulfikar_nazary*".

Interaksi yang terjadi di kolom komentar menggambarkan jika akun @akhlaqpedia dengan konten dakwahnya berhasil menarik perhatian para *user* Instagram dan juga sebagai pengingat untuk selalu berbuat *amal ma'ruf nahi munkar*. Selain komentar positif, tidak menutup kemungkinan juga dengan orang yang memberikan komentar karena tidak sependapat. Pemilihan isu dan pemilihan referensi yang jelas menjadi kunci dari konten-konten yang dibuat supaya tidak salah dalam memberikan informasi.

Admin @akhlaqpedia juga membalas komentar yang berikan pembaca, dan membuka usulan ide untuk konten-konten selanjutnya. Jika usulan tersebut diterima maka akan dibuatkan konten komik terkait usulan tersebut. Periode unggahan konten pada akun @akhlaqpedia rata-rata satu minggu satu konten, hal ini karena pembuatan satu komik memakan proses yang cukup panjang. Waktu satu minggu itu digunakan untuk riset isu dan membuat ilustrasi komiknya.

Berdasarkan pengamatan tersebut, disimpulkan bahwa melalui medium Instagram @akhlaqpedia terjadi interaksi antar pengguna yang tercipta didalamnya, baik pengikut maupun pengunjung dan juga admin @akhlaqpedia.

D. Pengalaman (*Experiental Stories*)

Level pengalaman (*Experiental Stories*) mengungkap bagaimana gambaran secara makro pada masyarakat atau anggota komunitas di kehidupan nyata (*offline*). mengetahui bagaimana motif suatu teks diproduksi dan juga efek yang tercipta. Hal ini dimaksudkan untuk melihat bahwa teks yang diproduksi secara *online* memiliki hubungan dengan dunia nyata (Nasrullah, 2018).

Founder @akhlaqpedia menggunakan Instagram bukan tanpa alasan. Kepopuleran Instagram dan kebebasan akses menjadi alasan utama dipilihnya Instagram sebagai media dakwah. Oleh sebab itu, pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk komik bisa lebih mudah dan lebih cepat diterima masyarakat disemua kalangan.

Hal ini diakui oleh beberapa *follower*, Iqbal Fahmi mengungkapkan jika konten pada akun @akhlaqpedia lebih menarik karena dikemas dalam bentuk komik dan kadang materi yang dimuat sesuai dengan keresahan yang sedang dirasakannya. Sehingga dapat mudah dipahami terkait pesan dakwah yang disampaikan. Tidak jarang juga menanggapi postingan-postingannya dengan *like* maupun membagikannya.

“Konten @akhlaqpedia menarik karena disajikan dengan konsep komik. Kemudian naskah ceritanya memberikan informasi mengenai pengetahuan tentang Islam khususnya akhlak. Saya lebih sering memberikan like dan jika postingan pas dengan keresahan yang saya rasakan pasti saya membagikan lewat instastory.”

Menurut Iqbal postingan @akhlaqpedia menjadi pengingat untuk selalu berbuat kebaikan dan memiliki pengaruh di kehidupan sehari-harinya.

“Dapat mengetahui dan memahami tentang bagaimana dalam bersikap serta berperilaku yang baik dan benar. Berpengaruh bagi saya, postingan akhlaqpedia selalu jadi pengingat. Salah satu contohnya pada komik tentang bersyukur, menjadikan saya sadar karena selama ini saya ternyata kurang bersyukur dengan nikmat yang sudah Allah berikan”.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Muhammad Novi Nur Fikri, menurutnya postingan pada akun@akhlaqpedia memberikan pengaruh pada dirinya dengan nilai-nilai Islam di setiap postingannya. Juga dapat menumbuhkan jiwa religius, simpati dan empati terhadap orang lain.

“Akhlaqpedia memberi pengaruh yang luar biasa untuk diri saya pribadi dan mungkin juga orang lain, dengan nilai-nilai agamis disetiap postingannya. Dapat menumbuhkan jiwa religius, simpati dan empati”.

Muhammad Andri juga menyatakan jika dari postingan @akhlaqpedia banyak pesan yang bisa didapat serta bermanfaat, dan pesan tersebut diterapkan dikesehariannya.

“Banyak. pesan-pesan dalam setiap kontennya sangat bermanfaat. menjadikan pembaca jadi paham tentang materi yang diangkat. Alhamdulillah sedikit-sedikit saya terapkan ilmu yang didapat dari konten-konten akhlaqpedia”.

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh *follower* @akhlaqpedia, menunjukkan adanya relasi antara postingan @akhlaqpedia yang ada di dunia maya dengan realitas di kehidupan nyata. Selain konstruksi teks yang dibangun berdasarkan pengalaman yang ditemui di masyarakat, substansi

pesan dakwah yang diciptakan untuk saling mengingatkan dalam hal kebaikan juga sesuai dengan pendapat *follower* akun @akhlaqpedia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan metode analisis media siber pada akun Instagram @akhlaqpedia periode Agustus-Oktober 2023, dapat disimpulkan proses dakwah yang terbentuk sesuai dengan unsur-unsur dakwah, yaitu:

1. Ruang media (*media space*) sebagai media dakwah/*washilah* dan subjek dakwah/pelaku dakwah, pada akun Instagram @akhlaqpedia pembuatan akun dan publikasi konten Instagram sudah sesuai prosedur. Sehingga konten yang dibuat oleh admin/da'i dapat dikonsumsi oleh semua pengguna Instagram terkhusus *follower* @akhlaqpedia itu sendiri.
2. Dokumen media (*media archive*) sebagai materi dakwah/*maddah* dan metode dakwah/*thoriqoh*, pada akun Instagram @akhlaqpedia materi dakwah dikemas dalam bentuk komik digital dengan pemilihan materi yang ditemui di sekitar ataupun isu yang sedang hangat di masyarakat. Pesan dakwah yang dimuat mengajak untuk melakukan *amal ma'ruf nahi munkar* khususnya dalam bidang akhlak. Materi konten merupakan hasil riset di lingkungan sekitar dan dari TV maupun media sosial.
3. Objek media (*media object*) sebagai objek dakwah/*mad'u*, pada akun Instagram @akhlaqpedia ada interaksi yang terjadi dari *mad'u* (*follower*) dan admin @akhlaqpedia melalui kolom komentar disetiap unggahannya. Interaksi yang terjadi juga dari sesama *follower* dengan saling memberikan tanggapan dan menjadikan ruang diskusi di dalam kolom komentar.
4. Pengalaman (*Experiental Stories*) sebagai efek dakwah/*atsar*, pada akun Instagram @akhlaqpedia menunjukkan adanya relasi antara dunia maya dengan dunia nyata. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari *follower* @akhlaqpedia yang mengungkapkan jika materi yang ada di konten @akhlaqpedia diterapkan di kehidupan nyata.

B. Saran

1. Hasil penelitian ini bisa menjadi pertimbangan dan masukan bagi para da'i yang akan berdakwah melalui dunia digital. Supaya dakwah digital yang disampaikan memiliki inovasi yang menarik, sehingga mudah diterima di masyarakat dan bisa memberikan manfaat.
2. Kepada pengelola akun Instagram @akhlaqpedia untuk terus meningkatkan konten-kontennya, dan selalu konsisten dengan ciri khas yang dimiliki @akhlaqpedia yaitu berdakwah melalui komik. Serta bisa memanfaatkan media sosial lain (YouTube, Twitter, Facebook) sebagai media dakwahnya, supaya lebih berkembang karena setiap media memiliki peminatnya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, Syamsuddin. (2016). *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Abdullah, M.Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya: Qiara Media
- Al Kusani, M. (2019). *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @HANAN_ATTAKI*. IAIN Purwokerto.
- Ali, Aziz. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: PRENADA MEDIA.
- Amin, Muliaty. (2013). *Metodologi Dakwah*. Makassar: Alauddin University Press.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi penelitian suatu pendekatan proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2010). *Instagram Handbook*. Jakarta : Media kita.
- Azwar, Saifuddin. (1998). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Birowo, Antonius. (2004). *Metode Penelitian komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gintanyali.
- Budiantoro, Wahyu. (2018). *Dakwah di Era Digital*. KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 11 (2), 263–281.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Deslima, Yosieana Duli. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung*. UIN Raden Intan Lampung.
- El Ishaq, Ropingi. (2016). *Pengantar Ilmu Dakwah, Studi Komperehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*. Malang: Madani.
- Fathoni, A. (2006). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Pt. Rineka Putra.
- Gamayanto, I., & Nilawati, F. E. (2017). *Pengembangan dan implementasidari wise netizen (e-comment) di Indonesia*. techno. com, 16(1), 80-95.
- Ilahi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Karim, A. (2016). Dakwah melalui media: Sebuah tantangan dan peluang. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1).
- Nasrullah, Rulli. (2003). *Cybermedia*. Yogyakarta: IDEA Press.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Nasrullah, Rulli. (2018). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pawito, P. D. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: PT. Lks Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Rusyad, Daniel. (2020). *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar*. Bandung: abQarie Press.
- Sayidah, N. (2018). *Metodologi penelitian disertai dengan contoh penerapannya dalam penelitian*. Zifatama Jawa.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81-93.
- Syukir, A. (1984). *Dasar-dasar strategi dakwah Islam*. Surabaya: Al- Ikhlas.
- Toybah, N. R. (2017). *Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @ HADITSKU. Al-Hiwar: Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 4(6).
- Ummah, A. H. (2020). *DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*. *TASÂMUH*, 18(1), 54–78.
- Waluyanto, H. D. (2005). *Komik sebagai Media Komunikasi Pembelajaran*. Yogyakarta: Familia.
- DataIndonesia.id. (2022). Indonesia Miliki 9738 juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022. Diakses pada 20/10/2023 pukul 22.26 WIB. Dari

<https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>.

Dataindonesia.id. (2022). *APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. Diakses pada 1 Maret 2023. Dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>.

Health.detik.com. (2010). *Otak Lebih Suka Gambar dan Warna*. Diakses pada 1 Maret 2023. Dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-1404800/otak-lebih-suka-gambar-dan-warna>

Hidayatullah.com. *Kewajiban Berdakwah Atas Setiap Muslim*. Diakses pada 6 November 2022. Dari <https://hidayatullah.com/kajian/oase-iman/2016/07/18/97857/kewajiban-berdakwah-atas-setiap-muslim.html>.

Cnnindonesia.com. *Kemenpppa RI Darurat Kekerasan Seksual Anak Kasus Selama 2022*. Dari <https://www.google.com/amp/s/www.cnnindonesia.com/nasional/20230127173509-20-905780/kemenpppa-ri-darurat-kekerasan-seksual-anak-9588-kasus-selama-2022/amp>.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil Wawancara dengan *Founder Akun @akhlaqpedia*

Waktu wawancara : Kamis, 29 November 2023

Lokasi wawancara : *Whatsapp Chat*

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana sejarah berdirinya akun @akhlaqpedia?	<p>Berawal dari banyaknya masalah di sekitar founder yang cukup menggelisahkan. Seperti cara orang mengantri di mini market yang mana bisa dari kanan, kiri dan bahkan menyerobot karena merasa lebih penting, lebih berhak, lebih perlu cepat dll. Hal lainnya seperti cara anak-anak berbicara kepada orangtua atau sebaliknya, atau cara orang berkendara di jalan raya yang sangat meresahkan. Semua hal itu karena akhlak yang kurang baik.</p> <p>Padahal Nabi Muhammad diturunkan untuk memperbaiki akhlak manusia, sehingga kami merasa terpanggil untuk ikut andil dalam menyebarkan ajaran-ajaran Nabi untuk dapat menjaga akhlak-akhlak yang baik terhadap sesama, disetiap kesempatan. Kami</p>

Pertanyaan	Jawaban
	memilih komik karena komik mudah diterima oleh banyak kalangan, umur dan juga memudahkan untuk menggambarkan sebuah contoh situasi dibandingkan menggunakan model manusia yang lebih repot. Jadi kami memilih komik untuk menjangkau lebih luas, lebih mudah dan lebih cepat. Insya Allah.
Kapan terbentuknya akun @akhlaqpedia?	Pada Mei 2021
Apa visi dan misi akun @akhlaqpedia?	<p>Visi: menjadi <i>agent of change</i> di lingkungan masyarakat.</p> <p>Misi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi media dakwah yang ringan dan mudah diterima • Menyebarkan keluhuran ajaran agama Islam • Mengajak masyarakat menjadi orang yang baik
Bagaimana struktur pengelolaannya?	Dikelola berdua. 1 ilustrator dan 1 admin media sosial
Apakah isi kontennya fokus pada akhlak?	Pada awalnya hanya fokus pada akhlak, tapi pada perjalanannya banyak hal yang juga berkaitan secara langsung ataupun tidak langsung dengan akhlak. Intinya mengajak orang lain untuk

Pertanyaan	Jawaban
	berbuat baik, berpikir baik
Bagaimana tahapan proses produksi kontennya?	<p>Proses awal kita mencari atau mengidentifikasi isu yang berkembang di masyarakat melalui TV dan media sosial, kemudian ilustrator membuat sketsa, setelah sketsa dan narasi disetujui lalu lanjut ke pembuatan gambar komik sampai proses pewarnaan.</p> <p>Setelah komik jadi, kemudian admin memposting di Instagram dengan menandai beberapa akun ustadz yang menjadi referensi kami (yang memiliki jumlah follower diatas satu juta).</p>
Bagaimana interaksi admin dengan <i>follower</i> ajkun @akhlaqpedia?	Admin ikut berinteraksi di kolom komentar dengan para <i>follower</i> , dan menanggapi apabila ada yang member saran terkait ide konten. Kami juga membuka DM apabila ada yang ingin mengirimkan pesan pribadi kepada kami.
Kenapa memilih Instagram sebagai medianya?	Karena saat ini Instagram salah satu media sosial yang populer di masyarakat. Dari sini saya melihat peluang untuk berdakwah supaya jangkauannya lebih luas. Dengan ini kami harap konten dakwah kami dalam bentuk komik bisa lebih mudah dan

Pertanyaan	Jawaban
	lebih cepat diterima masyarakat disemua kalangan.

Lampiran 2

Hasil Wawancara dengan *Follower* Akun Instagram @akhlaqpedia

Nama : Muhammad Iqbal Fahmi
Alamat : Purwoketo - Jawa Tengah
Waktu wawancara : Kamis, 15 Desember 2023
Lokasi wawancara : *Whatsapp Chat*

Pertanyaan	Jawaban
Apa alasan mengikuti akun @akhlaqpedia?	Pertama menarik karena disajikan dengan konsep komik. Kemudian naskah ceritanya memberikan informasi mengenai pengetahuan tentang Islam khususnya akhlak.
Pernahkah menanggapi postingan @akhlaqpedia dengan menyukai, berkomentar atau membagikan postingan? Jika pernah isi komentarnya seperti apa?	Pernah. Saya lebih sering memberikan <i>like</i> dan jika postingan pas dengan keresahan yang saya rasakan pasti saya membagikan lewat <i>instastory</i> .
Apa pelajaran yang didapat dari postingan akun @akhlaqpedia?	Dapat mengetahui dan memahami tentang bagaimana dalam bersikap serta berperilaku yang baik dan benar.
Apakah postingan akun @akhlaqpedia berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari?	Sangat berpengaruh bagi saya. Postingan akhlaqpedia selalu jadi pengingat. Salah satu contohnya pada komik tentang bersyukur, menjadikan saya sadar karena selama ini saya ternyata kurang bersyukur dengan nikmat yang sudah Allah berikan.

Lampiran 3

Hasil Wawancara dengan *Follower* Akun Instagram @akhlaqpedia

Nama : Muhammad Novi Nur Fikri
Alamat : Tegal - Jawa Tengah
Waktu wawancara : Kamis, 15 Desember 2023
Lokasi wawancara : *Whatsapp Chat*

Pertanyaan	Jawaban
Apa alasan mengikuti akun @akhlaqpedia?	Mengedukasi buat diri saya sendiri.
Pernahkah menanggapi postingan @akhlaqpedia dengan menyukai, berkomentar, atau membagikan postingan? Jika pernah isi komentarnya seperti apa?	Pernah, pada postingan tentang sedekah, ada orang yang komen “ <i>kata Gus Baha jajan juga sedekah</i> ”, saya menanggapi komen itu dengan memberikan afirmasi, “ <i>saya salah satu orang yang sependapat dengan beliau (Gus Baha)</i> ”.
Apa pelajaran yang didapat dari postingan akun @akhlaqpedia?	Menumbuhkan jiwa religius, simpati dan empati.
Apakah postingan akun @akhlaqpedia berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari?	Akhlaqpedia memberi pengaruh yang luar biasa untuk diri saya pribadi dan mungkin juga orang lain, dengan nilai-nilai agamis disetiap postingannya.

Lampiran 4

Hasil Wawancara dengan *Follower* Akun Instagram @akhlaqpedia

Nama : Muhammad Andri
Alamat : Jakarta
Waktu wawancara : Kamis, 15 Desember 2023
Lokasi wawancara : *Whatsapp Chat*

Pertanyaan	Jawaban
Apa alasan mengikuti akun @akhlaqpedia?	Menarik, karena saya memang suka baca komik. ditambah komik disini komik Islam, ada ilmu baru yang bisa saya ambil.
Pernahkah menanggapi postingan @akhlaqpedia dengan menyukai, berkomentar, atau membagikan postingan? Jika pernah isi komentarnya seperti apa?	Pernah, lebih banyak memberikan <i>like</i> . Karena menurut saya dari <i>like</i> bisa sebagai simbol mengapresiasi tanpa harus memberi komentar.
Apa pelajaran yang didapat dari postingan akun @akhlaqpedia?	Banyak. pesan-pesan dalam setiap kontennya sangat bermanfaat. menjadikan pembaca jadi paham tentang materi yang diangkat.
Apakah postingan akun @akhlaqpedia berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari?	Alhamdulillah sedikit-sedikit saya terapkan ilmu yang dimuat di akun akhlaqpedia.

Lampiran 5

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 1299/Un.10.4/K/KM.05.01/11/2023
Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Semarang, 20/11/2023

Kepada Yth.
Admin Instagram @akhlaqpedia
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Kholid Mawardi
NIM : 1701026167
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Akun Instagram @akhlaqpedia
Judul Skripsi : DAKWAH DI ERA DIGITAL
(Analisis Media Siber pada Akun Instagram @akhlaqpedia)

Bermaksud melakukan Riset penggalan data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Surat ini dicetak secara elektronik oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Kholid Mawardi
2. TTL : Tegal, 25 April 1999
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Alamat : Desa Bumijawa Rt.07/Rw.01,
Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal
6. E-mail : mawardikholid33@gmail.com
7. Nomor HP : 083136417767

B. Pendidikan Formal

1. TK Tunas Rimba : 2004 - 2005
2. SD N Bumijawa 04 : 2005 - 2011
3. SMP N 1 Bumijawa : 2011 - 2014
4. SMK Al-Hikmah 1 Sirampog Brebes : 2014 - 2017

Semarang, 15 Desember 2023

Peneliti

Kholid Mawardi