

**ANALISIS KONTEN DAKWAH USTAD MUZAMMIL HASBALLAH DI  
AKUN INSTAGRAM @muzammilhb**



**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam**

(Konsentrasi: Televisi)

oleh:

Nurul Hidayat

1701026050

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

**SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth Dekan Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Nurul Hidayat  
NIM : 1701026050  
Fak./Jur. : Dakwah dan Komunikasi/KPI  
Judul : Analisis Konten Dakwah Ustad Muzammil Hasballah Di  
Akun Instagram @muzammilhb

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.  
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 12 Juni 2024

Pembimbing,

  
Dr. H. Najahan Musyafak MA.  
NIP. 197010201995031001

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KONTEN DAKWAH USTAD MUZAMMIL HASBALLAH DI AKUN  
INSTAGRAM @muzammilhb**

Disusun oleh :

Nurul Hidayat

1701026050

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Juni 2024 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

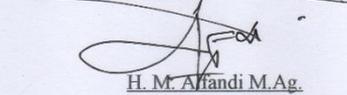
Susunan Dewan Penguji

Ketua

  
Dr. Abdul Giloni M. Ag.

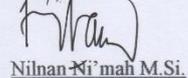
NIP. 197108301997031003

Sekretaris

  
H. M. Afandi M. Ag.

NIP. 197108301997031003

Pengaji I

  
Nilnan Ni'mah M. Si.

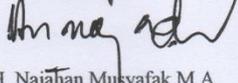
NIP. 198002022009012003

Pengaji II

  
Adeni M. A.

NIP. 199101202019031006

Mengetahui,  
Pembimbing

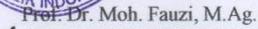


Dr. H. Najahan Musyafak M.A.

NIP. 197010201995031001

Dipastikan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Pada tanggal 5 Juli 2024



  
Prof. Dr. Moh. Fauzi, M. Ag.

NIP. 197205171998031003

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Hidayat  
NIM : 1701026050  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Analisis Konten Dakwah Ustad Muzammil Hasballah Di Akun Instagram @muzammilhb**" merupakan karya asli penulis yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di UIN Walisongo Semarang. Sepanjang pengetahuan penulis, tidak terdapat karya yang sama persis dan diajukan untuk memperoleh pengetahuan yang diperoleh dari hasil maupun penerbitan yang belum ataupun tidak diterbitkan, sumbernya telah tercantum dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 24 Juni 2024

Penulis,



**Nurul Hidayat**

NIM. 1701026050

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan terhadap Allah SWT. Atas karunia sehat, rahmat, taufiq serta hidayah-Nya dan kemudahan hingga pada akhirnya skripsi ini terselesaikan. Sholawat dan senantiasa kami curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta ahlul bait dan sahabat-sahabatnya.

Peneliti mengupayakan segala proses yang memakan banyak waktu, skripsi yang berjudul: **Analisis Konten Dakwah Ustad Muzammil Hasballah Di Akun Instagram @muzammilhb** telah berhasil terselesaikan dengan baik untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Harapannya skripsi saya tidak hanya menjadi syarat untuk memperoleh gelar sarjana saja, melainkan dapat bermanfaat bagi banyak orang seperti para pendakwah, masyarakat umum, serta mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terkhusus Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dalam proses menyusun skripsi, selama ini peneliti mendapatkan motivasi dan dukungan terbaik dari berbagai pihak. Dengan demikian, peneliti mengucapkan banyak-banyak terimakasih teruntuk:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Asep Dadang Abdulah M.Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Abdul Ghoni M.Ag., selaku dosen pembimbing pengganti, bidang metodologi dan tata tulis, terimakasih telah memberikan bimbingan dan arahan terbaiknya kepada peneliti.
5. Dr. H. Najahan Musyafak MA., selaku Wali Dosen, dan juga pembimbing utama skripsi saya yang selalu memotivasi peneliti agar mampu merampungkan skripsi ini.

6. Segenap Dosen serta Staf-staf Karyawan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, telah membantu dan memenuhi keperluan administrasi kepada peneliti.
7. Orang tua terkasih, bapak K. Khozintaul Asror (Alm.) dan Ibu Nuriyah Ahmad (Almh.) atas support, do'a, dan rida yang dilimpahkan agar puteranya selalu semangat, kuat dan pantang menyerah dalam menghadapi ujian ini.
8. Segenap keluarga, kakakku Fauzul Khusna yang memberikan bantuan dan semangat kepada peneliti.
9. Istri Peneliti, Nufusul Maghfiroh yang tidak pernah berhenti berdo'a untuk keberhasilan peneliti.
10. Anak peneliti, Haura Nasyauqi Hidayat yang tidak jarang menemani peneliti disaat menulis penelitian ini.
11. Ibu Nyai Hj. Muthohiroh, pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin Tugurejo Semarang.
12. KH. Muhammad Qolyubi, pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin Tugurejo Semarang.
13. KH. Mustaghfirin, pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin Tugurejo Semarang.
14. KH. Abdul Kholiq Lc., pengasuh Pondok Pesantren Raudlatut Thalibin Tugurejo Semarang.
15. Segenap teman-teman saya yang tidak disebutkan, terimakasih bantuan serta semangatnya hingga skripsi ini terselesaikan.

Peneliti Peneliti sangat menyadari skripsi ini tidaklah sempurna. Maka peneliti menerima secara terbuka berbagai kritikan dan sarannya supaya pada penulisan skripsi selanjutnya memperoleh hasil yang lebih memuaskan.

Semarang, 19 Juni 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nurul Hidayat', written in a cursive style with a horizontal line at the bottom.

Nurul Hidayat

NIM. 1701026050

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan mengucapkan segala syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa. Dengan kerendahan hati yang paling dalam untuk orang-orang yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan motivasi. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

**Bapak Kiai Khozinatul Asror (Alm.)**

**Ibu Nuriyah Ahmad (Almh.)**

Untuk bapak dan ibu, skripsi ini saya persembahkan untuk bapak dan ibu. Terima kasih telah menjadi orang tua luar biasa bagi saya, terima kasih Ibu yang dengan setulus hati mendidik saya hingga diusia 17 tahun. Terima kasih Bapak telah merawat saya seorang diri dan harus rela saya tinggalkan merantau ke Semarang untuk kuliah dan juga mondok.

**Fauzul Khusna**

Kakakku, skripsi ini saya persembahkan untuk kakak. Ketika saya dalam kesulitan ketika kuliah, ditempat kakaklah saya bisa meminta bantuan, ketika saya sedang sedih, pergi kerumah kakak bisa menjadi obat.

**Nufusul Maghfiroh**

Istriku, skripsi ini juga saya persembahkan untukmu. Mohon maaf jika dulu ketika memutuskan untuk menikahimu, saya belum bisa lulus sebagai seorang sarjana.

Namun dorongan semangat darimu membuat saya akhirnya bisa menyelesaikannya.

**Haura Nasyauqi Hidayat**

Anakku, terima kasih telah hadir didunia ini dan menjadikan bapak semakin semangat dalam menyelesaikan kuliah bapak.

## **MOTTO**

“Ketika sebuah kesukaan bertemu dengan ketekunan, lalu kau balut dengan ketulusan. Maka lihatlah, bagaimana Allah Membesarkanmu.”

(Nurul Hidayat)

## ABSTRAK

### *Nurul Hidayat, 1701026050, Analisis Konten Dakwah Ustad Muzammil Hasballah Di Akun Instagram @muzammilhb*

Dakwah di media sosial sangat marak dan digemari oleh para da'i. Hal ini dilatarbelakangi perkembangan dunia teknologi informasi, sehingga membuat orang berbondong-bondong memaksimalkan peran media. Banyak da'i yang berhasil memanfaatkan media sosial ini, namun banyak pula yang gagal dikarenakan tidak mampu *up date* terhadap perkembangan media tersebut. Keberhasilan dan kegagalan tergantung usaha yang dijalankan dengan memaksimalkan penggunaan piranti yang dibutuhkan untuk kegiatan dakwah di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan dan melakukan analisis isi pesan dakwah ustad Muzammil hasballah dalam akun instagram @muzammilhb. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis isi deskriptif. Penggalan data menggunakan teknik dokumentasi dengan sumber data utama berupa postingan akun instagram @muzammilhb pada bulan desember 2023 s.d maret 2024.

Teknik keabsahan data menggunakan Teknik triangulasi Teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Klasifikasi pesan dakwah akun instagram @muzammilhb dapat dikategorikan dalam 3 hal, yaitu: akidah, syariah, dan akhlak. 2) Hasil analisis isi yang dilakukan atas 14 konten dakwah @muzammilhb menunjukkan bahwa masing-masing konten berdasarkan sumber al-qur'an dan hadits dengan penjabaran materi dakwah dalam tiga klasifikasi tersebut. Dalam penyusunan pesan dakwahnya, Muzammil selalu mengaitkan dengan realitas sosial yang dihadapi masyarakat.

**Kata kunci:** Analisis isi, Pesan Dakwah, Instagram

## DAFTAR ISI

<b>PERSEJUTUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latarbelakang Masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	7
F. Metode Penelitian .....	10
<b>BAB II PESAN DAKWAH DALAM MEDIA SOSIAL.....</b>	<b>15</b>
A. Diskursus Pesan Dakwah (Maadah) .....	15
B. Ruang Lingkup Media Sosial .....	20
C. Pesan Dakwah di Media Sosial.....	25
<b>BAB III GAMBARAN UMUM KONTEN DAKWAH AKUN INSTAGRAM</b>	
<b>@muzammilhb .....</b>	<b>32</b>
A. Profil Ustad Muzammil Hasballah.....	32
B. Konten Dakwah Akun Instagram Muzammil Hasballah @muzammilhb .....	33
C. Klasifikasi Konten Dakwah Akun Instagram Ustad Muzammil Hasballah @muzammilhb.....	44
<b>BAB IV ANALISIS KONTEN DAKWAH DALAM AKUN INSTAGRAM</b>	
<b>@muzammilhb .....</b>	<b>50</b>
A. Analisis Klasifikasi Konten Dakwah Akun Instagram @muzammilhb ...	50

B. Analisis Isi Konten Dakwah Akun Instagram @muzammilhb .....	57
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran-saran atau Rekomendasi .....	71
C. Kata Penutup .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b>	<b>Perbedaan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabel 2</b>	<b>Jumlah Postingan.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3</b>	<b>Konten @Muzammilhb .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4</b>	<b>Ragam Komentar.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 5</b>	<b>Konten Dakwah @muzammilhb .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 6</b>	<b>Klasifikasi Konten Dakwah @muzammilhb.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 7</b>	<b>Postingan Promosi yang Berhubungan dengan Ibadah .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 8</b>	<b>Postingan yang Berhubungan dengan Personal / Pribadi Muzammil.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 9</b>	<b>Konten 1.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 10</b>	<b>Konten 2.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 11</b>	<b>Konten 3.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 12</b>	<b>Konten 4.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 13</b>	<b>Konten 5.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 14</b>	<b>Konten 6.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 15</b>	<b>Konten 8.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 16</b>	<b>Konten 9.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 17</b>	<b>Konten 10.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 18</b>	<b>Konten 11 .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 19</b>	<b>Konten 12.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 20</b>	<b>Konten 13.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 21</b>	<b>Konten 14.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 22</b>	<b>Konten 15.....</b>	<b>68</b>

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latarbelakang Masalah

Eksistensi penciptaan manusia adalah untuk beribadah kepada Allah SWT. Hal ini termaktub dalam Q.S. Al Dzariyat: 56 (“*Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah*”). Dakwah merupakan salah satu bentuk ibadah seorang muslim untuk menyebarkan nilai-nilai ajaran agama Islam kepada sesamanya. Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim dan merupakan cerminan *amar ma’ruf nahi munkar*, yaitu menyeru kepada perilaku positif dan meninggalkan perilaku yang negatif.<sup>1</sup>

Menyeru kebaikan dan meninggalkan keburukan merupakan usaha untuk perubahan masyarakat. Perubahan masyarakat tersebut sebuah tujuan yang akan dicapai melalui kegiatan dakwah. Tanpa hal ini, maka masyarakat cenderung meninggalkan urusan akhiran dan akan terfokus hanya pada urusan duniawi semata. Dengan kondisi ini, maka, dakwah dilakukan dengan berbagai macam cara, antara lain dengan lisan (*bil lisan*), tulisan (*bil kitabah*), perbuatan (*bil hal*).

Dakwah dijalankan dengan berbagai media sebagai implementasi terhadap pilihan cara yang dipilih. Dakwah *bil lisan* dijalankan dengan ceramah di berbagai forum khutbah, pengajian melalui radio, TV, media sosial dan sebagainya. Dakwah *bil kitabah* dilakukan melalui koran, majalah, karya tulis ilmiah dan sebagainya. Adapun dakwah *bil hal* dijalankan dengan interaksi langsung antara da’i dan mad’u melalui kegiatan-kegiatan yang dijalankan.<sup>2</sup>

Mengemas pesan menjadi penting dalam berdakwah. Seyogyanya, pesan dakwah tersebut mampu menarik hati para pembaca, pendengar, dan pemirsanya untuk berubah menjadi lebih baik. Pemilihan pesan dakwah harus berpaku pada segmentasi obyeknya. Tanpa memperhatikan obyek, memilih pesan dakwah

---

<sup>1</sup> Wahyu Ilaihi, (2010), *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hlm. 5

<sup>2</sup> Ragam dakwah dilakukan dengan beberapa sebutan atau istilah antara lain: Tabligh, khutbah, fatwa, Nasihah, Tabsyir, dan tandzir. Lihat Muhammad Hasan,(2013), *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila), hlm. 11-17

menjadi kurang bermanfaat dalam perubahan obyeknya, atau bahkan bisa jadi sia-sia belaka.

Situasi sekarang, penggunaan media sosial sebagai media dakwah sangat berkembang. Praktik dakwah dan komunikasi melalui multimedia digital sangat digemari, seiring dengan jumlah pengguna media sosial tersebut. “Lunturnya” media lama dan diganti dengan media baru menjadi ciri revolusi industry 5.0. Alasan pemilihan media baru tersebut dikarenakan dirinya dianggap interaktif, sedangkan media massa tidak interaktif.<sup>3</sup>

Perkembangan masyarakat ini menandakan adanya perubahan sosial di masyarakat. Masyarakat beralih haluan dari dunia nyata menuju dunia maya. Masyarakat kekinian sudah tak asing dengan namanya media sosial di *gadget* atau *smart phone*-nya untuk berkomunikasi antar personal. Masyarakat menggunakan fitur dalam alat tersebut untuk mengakses aplikasi berbasis *chatting* dan juga aplikasi yang bisa membagikan kegiatan sosialnya.

Beberapa aplikasi tersebut antara lain facebook, instagram, twitter dan skype. Aplikasi-aplikasi ini menawarkan kekhasan atau ciri yang diminati masyarakat. Aplikasi ini digunakan untuk tujuan-tujuan yang berbeda, sehingga masyarakat menggunakannya sesuai kebutuhan. Memang terdapat dampak positif dan negatif atas penggunaan media ini. Semuanya berpulang kepada para penggunanya. Kegiatan dakwah sebagai bagian dari penyampaian pesan positif, ternyata juga menggunakan media dan aplikasi tersebut di atas.

Penggunaan media sosial untuk kegiatan dakwah semakin berkembang dalam aspek penyampaian pesan dakwah (*maadah*). Nyatanya, masih banyak da'i yang belum berperilaku bijak dalam menyesuaikan materi dakwahnya, dengan kondisi mad'u yang dihadapinya. Fenomena kemajuan media yang terjadi, merupakan tuntutan bagi seorang da'i untuk mampu, bijak dan cerdas dalam menggunakannya. Seorang da'i dituntut lebih kreatif dalam mengemas

---

<sup>3</sup> Martin Lister, (2009), *New Media: A Critical Introduction*, (London & New York: Routledge) hlm. 6

materi dakwah dan mampu menggunakan media sosial sebagai media dakwah (*wasilatuddakwah*).

Da'i yang memilih menggunakan media sosial dalam berdakwah dituntut untuk mampu membuat konten yang baru dengan inovasi yang ringan dan mudah dipahami oleh penerima pesan dakwahnya. Pesan dakwah yang dibuat tidak hanya berisi tentang kandungan ayat-ayat al-quran maupun hadits, melainkan lebih pada persoalan yang sedang trend dikaitkan dengan realitas kekinian. Hal ini dilakukan dalam menarik minat penerima pesan media sosial yang dijadikan sebagai media.

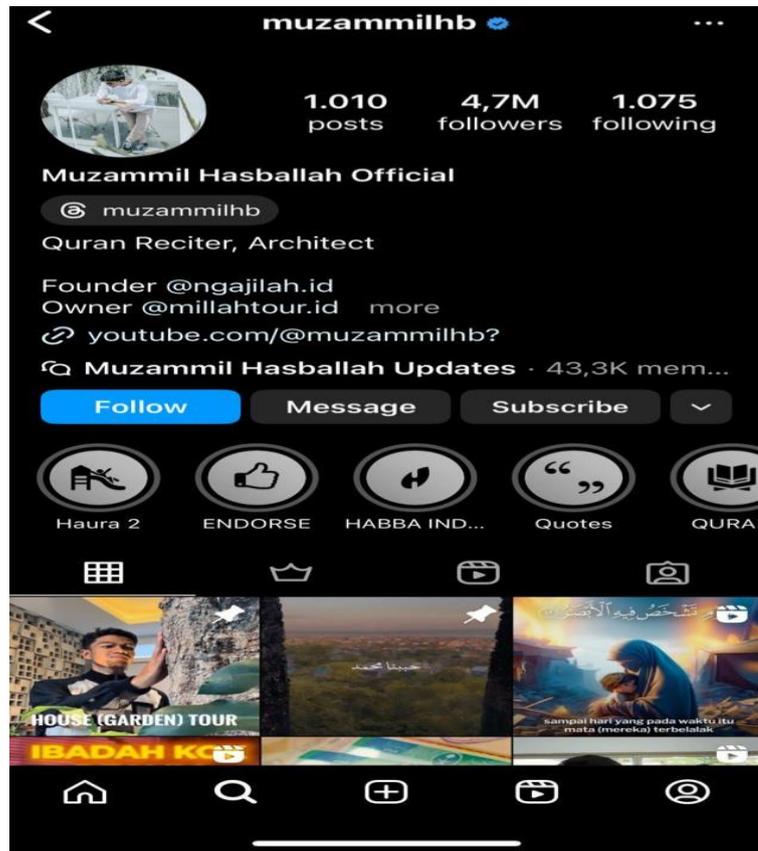
Dalam situasi pentingnya keberadaan media sosial, ternyata masih banyak da'i yang belum peduli, belum mampu menggunakan media sosial dalam berdakwah. Mereka masih berpaku pada penggunaan "panggung" dalam berdakwah. Bahkan banyak kalangan yang menganggap bahwa menggunakan media sosial sebagai sesuatu yang memberikan unsur negatif, karena mencampur adukkan antara hal negatif dengan positif. Situasi seperti ini merupakan permasalahan yang penting untuk digali pemecahannya.

Di sisi lain, penggunaan media sosial harus diarahkan pada kegiatan positif, bukan hanya sekedar menghabiskan waktu, dan melihat konten yang tidak perlu, bahkan memberikan dampak negatif. Bijak dalam mengisi konten (sebagai pesan dakwah) di media sosial merupakan hal penting yang harus *digembar-gemborkan* kepada semua pengguna gadget. Menjadikan konten media sosial sebagai ajakan untuk berbuat kebaikan, bahan renungan untuk menggapai hidayah seyogyanya dijalankan oleh para da'i.

Terkait dengan hal ini, seorang da'i yang menggunakan media sosial telah menjalankan upaya untuk mengatasi kesalahan dalam penggunaan media sosial. Media yang digunakan untuk berdakwa adalah aplikasi Instagram. Da'i tersebut adalah ustad Muzammil Hasballah, Seorang pegiat dakwah berbasis Instagram dengan akun **@muzammilhb** yang menyuguhkan pesan-pesan dakwah dalam setiap postingan instagramnya. Ustad Muzammil telah membagikan pesan dakwah lebih dari 950 pesan dan mempunyai lebih dari 4,6 ribu pengikut.

Ustad Muzammil Hasballah adalah seorang tokoh agama Islam yang menjalankan dakwah melalui media sosial, yaitu instagram. Background pendidikan yang dimilikinya adalah pendidikan umum di Fakultas Arsitektur Institut Teknologi Bandung (ITB). Namun, dirinya juga mempelajari agama islam dan menghafal al-qur'an untuk kegiatan dakwahnya. Kehidupan di kampusnya diwarnai dengan kajian agama dan berbagai kegiatan keagamaan di masjid Salman Kampus ITB yang menjadi saksinya. Pembelajaran tentang agama yang dimilinya diaplikasikan dalam mengemas pesan dakwah secara bijaksana dan sesuai dengan yang diinginkan pengikutnya.

Keberhasilan ustad Muzammil Hasballah dalam memilih pesan dakwah dikarenakan sesuai dengan situasi yang dihadapi dan kondisi pengikut akun instagramnya. Semua konten pesan dakwah pada akun ini dikemas dengan kemasan menarik para penggiat instagram, sehingga lambat laun pengikutnya menjadi tambah banyak dalam setiap waktunya. Realitas pengikut yang dimiliki oleh ustad Muzammil ini mengindikasikan bahwa dirinya mampu mengemas konten di akun instagramnya, sehingga membuat orang lain berubah menuju kebaikan setelah mengakses pesan dakwah tersebut.



Berdasarkan paparan di atas, dapat dikatakan bahwa Ustad Muzammil Hasballah berhasil mengelola akun instagramnya. Sajian dakwah dan konten informasi seputar berita keagamaan yang sedang melingkupi masyarakat menjadikan akun ini kian digemari. Gemarnya masyarakat terhadap konten yang diberikan, mensyaratkan pentingnya menyusun konten positif untuk instagram dalam kerangka dakwah. Dengan demikian, seorang da'i penting untuk memahami penggunaan instagram untuk dijadikan sebagai media dakwahnya. Lebih dari itu, mempelajari konten dan eksistensi ustad Muzammil merupakan sebuah hal yang penting.

Berangkat realitas adanya akun instagram sebagai media dakwah di atas, maka menjadi penting untuk melakukan kajian terhadap pesan dakwah menggunakan media sosial. Dengan demikian, penelitian yang berjudul “*Analisis Konten Dakwah Ustad Muzammil Hasballah di Akun Instagram @muzammilhb*” merupakan penelitian yang penting untuk dilaksanakan.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latarbelakang di atas, rumusan masalah yang akan ditemukan jawabannya dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana klasifikasi pesan dakwah Ustad Muzammil Hasballah melalui akun instagram @muzammilhb pada bulan Desember 2023 s.d Maret 2024?
2. Bagaimana analisis konten pesan dakwah Ustad Muzammil Hasballah melalui akun instagram @muzammilhb pada bulan Desember 2023 s.d Maret 2024?

## **C. Tujuan Penelitian**

Secara garis besar, tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data tentang analisis isi pesan dakwah Ustad Muzammil Hasballah dalam akun Instagram. Adapun tujuan spesifiknya adalah:

1. Mendapatkan data tentang klasifikasi pesan dakwah Ustad Muzammil Hasballah melalui akun instagram @muzammilhb
2. Mendapatkan hasil analisis isi pesan dakwah Ustad Muzammil Hasballah melalui akun instagram @muzammilhb

## **D. Manfaat Penelitian**

Terdapat dua manfaat yang akan didapatkan dalam penyelesaian penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis penelitian ini bermanfaat untuk mendapatkan penambahan khazanah keilmuan dakwah dan komunikasi tentang keberadaan isi pesan dakwah melalui media sosial instagram.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat untuk mendapatkan data tentang klasifikasi pesan dakwah dan hasil analisis pesan dakwah yang

dilakukan oleh Ustad Muzammil Hasballah melalui akun Instagram @muzammilhb

## E. Tinjauan Pustaka

Kajian tentang isi pesan (konten) dakwah melalui Instagram telah dilakukan oleh banyak peneliti sebelumnya. Masing-masing mempunyai fokus dan lokus penelitian yang berbeda. Untuk menghindari plagiarisme dan mendapatkan kebaruan penelitian, berikut dipaparkan kajian penelitian terdahulu.

Pertama, Fauqi Hasnan (2023), “Strategi Dakwah Akun Instagram @asadedulloh dalam Meningkatkan Akidah Follower”<sup>4</sup>. Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif dan paradigma konstruktivisme. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang strategi yang digunakan oleh pemilik akun instagram @asadedulloh dalam meningkatkan akidah pengikutnya, dan mengetahui tahapannya. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi yang dilakukan adalah dengan penggunaan seluruh strategi sentimental, strategi rasional, dan strategi indrawi. Adapun pendekatan dakwah yang digunakan adalah *dakwah bil lisan, bil hal, bi tadwin, dan bil hikmah*;

Kedua, Gia Taratia, (2022), “Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun @Yudhidol86)”<sup>5</sup>. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk interaksi akun @Yudhidol86 dan untuk mengetahui proses pembuatan konten Instagram pada akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level ruang media, akun @Yudhidol86 merupakan media dakwah. Pada level konten berisikan tulisan, gambar, dan video tentang akidah (6 video), Syariah (5

---

<sup>4</sup> Fauqi Hasnan, (2023), “*Strategi Dakwah Akun Instagram @asadedulloh dalam Meningkatkan Akidah Follower*”, (Jakarta: Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatulloh), hlm.v

<sup>5</sup> Gia Taratia, (2022), “*Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun @Yudhidol86)*”, (Purwokerto: Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Manajemen dan Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Saifudin Zuhri), hlm. vi

video) dan akhlak (25 video). Pada level dokumen media, akun ini mempunyai ciri khusus berupa panggilan “coy” untuk para follower dalam setiap kontennya;

Ketiga, Muhammad Wahyu Riyadi, (2020), “Video Instagram sebagai Media Dakwah (Studi pada Akun @Shiftmedia.id)”<sup>6</sup>. Penelitian ini berjenis kualitatif dengan pendekatan Teknik analisis Miles and Huberman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara pemanfaatan video Instagram yang dijalankan oleh Ust. Hanan Attaki dalam media sosialnya. Hasil penelitian mengungkap bahwa Ust. Hanan Attaki menggunakan vidgram dalam memposting video di akun instagramnya. Selain itu digunakan strategi antara lain: identifikasi masalah, analisis khalayak, menetapkan tujuan, mengembangkan pesan, merencanakan produksi media pelaksanaan program, dan monitoring dan evaluasi;

Keempat, Vika Maya Prasdina, (2022), “Analisis Konten Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @Hanan-attaki (Periode januari – Mei 2021)”<sup>7</sup>, Penelitian ini penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian untuk 1) mengetahui beberapa pesan dakwah pada akun instagram @hanan\_attaki, 2) mengetahui konten dakwah pada akun instagram tersebut. Hasil penelitian mengungkap bahwa Instagram banyak sekali manfaatnya, yaitu 1) untuk media komunikasi dan 2) untuk digunakan sebagai media dakwah.

Kelima, Asmaniar (2019), “Instagram Sebagai Media Dakwah (Respon Follower pada Akun @Felixsiau dan @Yusufmansurnew)”<sup>8</sup>. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan komunikasi massa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah yang terdapat dalam dua akun Instagram @Felixsiau dan @Yusufmansurnew. Hasil penelitian mengungkap bahwa

---

<sup>6</sup> Muhammad Wahyu Riyadi, (2020), *Video Instagram sebagai Media Dakwah (Studi pada Akun @Shiftmedia.id)*, (Semarang: Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo), hlm. ix

<sup>7</sup> Vika Maya Prasdina, (2020), “Analisis Konten Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @Hanan-attaki (Periode januari – Mei 2021)”, (Purwokerto: Skripsi – Komunikasi dan Penyiaran Islam – UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri), hlm. viii

<sup>8</sup> Asmaniar (2019), “Instagram Sebagai Media Dakwah (Respon Follower pada Akun @Felixsiau dan @Yusufmansurnew)”, (Makasar: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin), hlm. xiii

kedua akun Instagram tersebut mempunyai pesan berupa akidah, Syariah dan muamalah.

Dari lima penelitian terdahulu dapat dikatakan berbeda dengan penelitian ini. Perbedaan tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1 Perbedaan Penelitian Terdahulu**

<b>Penelitian Terdahulu</b>	<b>Fokus Utama</b>	<b>Fokus +</b>	<b>Jenis Penelitian dan Pendekatan</b>
Fauqi	@asadedulloh	Strategi pemilik akun Instagram	Kualitatif deskriptif dengan paradigma konstuktivis
Gia Taratia	@Yudhidol86	Bentuk interaksi	Kualitatif pendekatan etnografi virtual
M Wahyu	@Shiftmedia.id	Cara pemanfaatan video Instagram	Kualitatif dengan pendekatan Miles & Huberman
Vika Maya Presdina	@hanan_attaki	Konten dakwah	Deskriptif kualitatif
Asmaniar	@Felixsiauw dan @Yusufmansurnew	Pesan dakwah	Kualitatif (komunikasi massa)
<b>Penelitian Ini</b>	<b>@muzammilhb</b>	<b>Analisis pesan dakwah</b>	<b>Kualitatif dengan pendekatan analisis isi</b>

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian kualitatif, yaitu Penelitian yang ditujukan untuk melihat fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran baik individu maupun kelompok.<sup>9</sup> Metode penelitian kualitatif berdasar pada filsafat post-positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada obyek kajian ilmiah. Dalam penelitian kualitatif, nalar pikir yang digunakan adalah induktif, dan hasil penelitian lebih ditekankan pada makna dibandingkan generalisasinya.<sup>10</sup> Hal ini yang membedakan dengan penelitian kuantitatif.

Adapun pendekatan yang digunakan adalah analisis isi deskriptif, yaitu analisa yang digunakan untuk untuk mendapatkan gambaran secara detail terkait dengan pesan atau suatu teks tertentu.<sup>11</sup> Analisis isi deskriptif tidak untuk menguji hubungan antar variabel, analisa ini hanya untuk menggambarkan aspek dan karakteristik sebuah pesan.<sup>12</sup> Peneliti mengkaji simbol materi dakwah yang ada, kemudian mengklasifikasikannya dalam beberapa ragam materi dakwah, dan diakhiri dengan pengambilan kesimpulan atas klasifikasi materi yang didapatkan.

### 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pembatasan pengertian tentang hal-hal yang perlu diamati, kerangka pikir, hubungan antara variabel-variabel, juga memudahkan identifikasi fungsi-fungsi variabel-variabel penelitian yang dilakukan.<sup>13</sup> Dalam rangka memahami maksud dan tujuan utama penelitian ini. Selain itu, melalui definisi konseptual diharapkan tidak terjadi

---

<sup>9</sup> Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, (2010) *Terampil Mengolah Data Penelitian Kualitatif dengan NVIVO*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), hlm. 1

<sup>10</sup> Lexy J. Moleong, (2002), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hlm. 4

<sup>11</sup> Pawito, (2008), *Penelitian Kualitatif Komunikasi*, (Yogyakarta: LKiS, Cet -II), hlm. 170

<sup>12</sup> Eriyanto, (2011), *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: kencana), hlm. 68

<sup>13</sup> Saifudin Azwar, (2009), *Metode Penelitian*, (Jogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet-9), hlm.21

kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini. Berikut ini dipaparkan definisi konseptual yang terdapat dalam penelitian;

- a. Analisis Konten Dakwah: adalah kegiatan menganalisa isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustad Muzammil Hasballah di akun Instagram @muzammilhb. Mengingat jumlah pesan dakwah yang disampaikan di akun Instagram tersebut terlalu banyak (lebih dari 1000), maka peneliti membatasi konten yang disampaikan di akun @muzammilhb sejak bulan Desember 2023 s.d Maret 2024. Alasan pemilihan 4 bulan tersebut disandarkan pada pemikiran bahwa di masing-masing bulan tersebut terdapat hari-hari besar yang dimungkinkan terdapat konten yang mempunyai ciri yang berbeda, sehingga diharapkan materi dakwah yang muncul-pun akan beragam.
- b. Instagram adalah layanan jejaring sosial berbagi foto dan video yang dimiliki oleh perusahaan Amerika, Meta Platforms. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah media yang dapat diedit dengan filter atau diatur dengan tagar dan penandaan geografis.<sup>14</sup> Makna instagram dalam penelitian ini adalah instagram sebagai aplikasi media sosial yang digunakan untuk sarana komunikasi antar pengguna. Instagram yang dimaksudkan dalam penelitian ini lebih pada eksistensinya sebagai media dalam berdakwah, tidak hanya untuk konten hiburan semata.

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, data diartikan sebagai material kasar yang dikumpulkan peneliti untuk membentuk dasar-dasar analisis. Data dapat berupa catatan peneliti dari hasil wawancara dan pengamatan lapangan. Data juga dapat berupa sesuatu yang diciptakan orang lain seperti dokumen resmi,

---

<sup>14</sup> Dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, tanggal 17 Desember 2023

catatan harian, fotografi, dan video.<sup>15</sup> Data dalam penelitian menjadi penting untuk konten penelitian.

Berdasarkan sumbernya, data penelitian dapat dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.<sup>16</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini adalah konten tulisan, photo atau gambar, dan video yang diupload oleh akun @muzammilhb. Konten tersebut dipilih secara terstruktur untuk kemudian dipahami makna dan kajiannya sesuai dengan rumusan masalah. Adapun sumber sekundernya adalah komentar dan catatan-catatan dari pengikut (*follower*) akun instagram tersebut di atas.

Selain itu, sumber sekunder lainnya berupa buku referensi, buku khutbah dan materi dakwah lainnya yang digunakan untuk alat menelaah, membandingkan, menganalisa materi dakwah yang disampaikan oleh dakwah ustad Muzammil melalui aku instagramnya tersebut. Dengan klasifikasi yang telah ada, diharapkan dapat memperjelas kandungan materi dakwah yang terdapat dalam akun instagram @muzammilhb.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan salah satu bagian penting dalam proses penyusunan penelitian. Melalui pengumpulan data, seorang peneliti memperoleh bahan, keterangan, fakta, dan informasi sebagai pendukung penelitian. Pengumpulan data membutuhkan teknik agar alat atau instrumen yang digunakan tepat dengan apa yang diteliti. Teknik pengumpulan data merupakan proses pemilihan langkah penelitian yang paling sesuai dan efektif untuk menemukan data yang akan digunakan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber dan cara.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Emzir, (2017), *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif dan Kuantitatif*, (Depok: Rajawali Press) hlm. 11

<sup>16</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*, (Karanganyar: Literasi Media Publishing, Cet-), hlm. 22

<sup>17</sup> Sugiyono, (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, Cet-III), hlm. 37-38

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah proses mengumpulkan data mengenai hal-hal atau catatan, transkrip, buku, surat kabar, jurnal, makalah, skripsi, dan lain sebagainya. Teknik ini digunakan untuk menggali dan mengumpulkan data dari sumber-sumber bacaan yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian. Data utama yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa postingan atau konten dalam akun Instagram @muzammilhb. Dalam paradigma peneliti, akun Instagram dapat dijadikan sebagai media dakwah, dan postingan yang ada mempunyai tema masing-masing dapat disebut sebagai materi dakwah.

## 5. Teknik Keabsahan Data

Sebelum data dianalisa, peneliti melakukan validasi dan penilaian atas data yang telah didapatkan. Teknik yang digunakan dalam kegiatan validasi menggunakan triangulasi, yaitu teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.<sup>18</sup> Adapun teknik keabsahan data yang digunakan berupa triangulasi teknik. Peneliti melakukan cross cek terhadap data dokumentasi tentang materi dakwah untuk kemudian dibandingkan dengan ajaran agama, ilmu dan teori yang relevan. Dengan adanya teknik keabsahan data ini, data-data yang disajikan dalam penelitian ini telah teruji validitasnya.

## 6. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah isi, yaitu teknik analisis yang menekankan keajekan isi komunikasi, makna isi komunikasi, pembacaan simbol dan pemaknaan isi interaksi.<sup>19</sup> Teknik analisis isi dikembangkan oleh Harold D Lasswell dengan teori *symbol coding*,

---

<sup>18</sup> Helaluddin dan Hengki Wijaya, (2019), *Analisis Data Kualitatif – Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray), hlm 130-131

<sup>19</sup> Burhan Bungin, (2011), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group) hlm. 87

mencatat lambang pesan secara sistematis dan diinterpretasi.<sup>20</sup> Tahapan dalam melakukan analisis isi yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teori Krippendorff<sup>21</sup>, yaitu; 1) Menentukan teks yang akan dianalisis, 2) Menemukan lambang yang digunakan dalam setiap konten dakwah akun instagram @muzammilhb, 3) Mengklasifikasikan dengan kriteria yang telah peneliti tentukan terhadap pesan dakwah akun instagram muzammilhb, 4) Melakukan prediksi dan mengambil kesimpulan.

Pada tahapan penentuan teks, peneliti akan mengumpulkan kandungan materi dalam akun Instagram @muzammilhb yang mempunyai kandungan dakwah selama periode yang ditentukan (Desember 2023 s.d Maret 2024). Setelah didapatkan konten dakwahnya, kemudian peneliti menemukan lambang setiap konten yang dijadikan sebagai obyek analisis. Kemudian, atas simbol tersebut, peneliti mengklasifikasikan materi atau konten dakwah berdasar pada beberapa kriteria, yaitu 1) aqidah, 2) syariah, 3) akhlak, 4) hiburan atau kecenderungan. Langkah terakhir peneliti menarik kesimpulan atas kesesuaian antara konten dan klasifikasi yang telah ditentukan di atas.

---

<sup>20</sup> Imam Suprayogo dan Tobroni, (2001), *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hlm. 6

<sup>21</sup> Analisis isi dimaknai sebagai Teknik penelitian kualitatif untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi atau di tiru dengan memperhatikan konteksnya. Lihat Krippendorff, (2013), *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, (terj), (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada), hlm. 3-4

## BAB II

### PESAN DAKWAH DALAM MEDIA SOSIAL

#### A. Diskursus Pesan Dakwah (Maadah)

##### 1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari kata Arab yang merupakan bentuk mashdar dari kata *da'a, yad'u*, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan.<sup>22</sup> Makna seruan dan ajakan ditujukan untuk kearah kebaikan. Keberadaan dakwah merupakan suatu upaya untuk mengingatkan orang disekitar kita dari hal - hal yang dilarang oleh Allah SWT untuk menyeru kepada perintah-Nya yang berdedikasi untuk berpegang teguh kepada Al-Quran dan hadits.

Proses dakwah sebagai upaya mengingatkan orang lain di atas, dapat dikatakan bahwa keberadaanya ditujukan untuk perubahan masyarakat. Perubahan tersebut tentunya perubahan yang mampu membawa menuju kesejahteraan lahir dan batin.<sup>23</sup> Dengan kesejahteraan lahir dan batin, manusia akan menjadikan dirinya sebagai makhluk yang sempurna dan mampu beribadah kepada Tuhannya.

Perintah untuk berdakwah terdapat dalam Surat An Nahl: 125 "*Serulah kepada jalan Tuhanmu...*" Melalui perintah ini berarti dakwah mempunyai manfaat yang penting bagi pelaku maupun obyeknya. Tidak akan mungkin perintah Allah tidak berimplikasi pada nilai positif. Mencari hikmah dakwah telah dilakukan oleh banyak ahli dan ulama, sehingga keberadaannya tidak diragukan lagi.

Pelaksanaan dakwah seyogyanya dilakukan secara sadar dan tidak terpaksa. Dengan kesadaran tersebut, maka penyampaian pesan atau materi dakwah akan masuk ke dalam pendengarnya (mad'u) dengan baik. Hal ini dilakukan dalam kerangka untuk menciptakan keluarga yang bahagia

---

<sup>22</sup> Wahyu Ilaihi, (2010), *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya) hlm. 14

<sup>23</sup> Didin Hafidhudin, (1998), *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press) hlm. 67

(*khaira usrah*), dan masyarakat yang baik (*khaira ummah*). Tentunya semua materi dakwah tetap harus dijalankan baik lisan, perbuatan dan keteladanannya.<sup>24</sup>

## 2. Tujuan Dakwah

Secara umum, tujuan dakwah adalah untuk kebaikan manusia dunia dan akhirat. Semua isi materi dakwah diperuntukkan untuk kepentingan kemasalahan masyarakat.<sup>25</sup> Keterwujudan materi dakwah dikembalikan kepada da'i dalam mengemas materi dakwah yang disampaikannya. Materi yang terkait dengan urusan akhirat yang menyangkut hubungan manusia dengan Allah SWT menjadi tujuan untuk kebaikan manusia setelah meninggalkan dunia. Sedangkan materi dakwah tentang hubungan dirinya dengan makhluk lain merupakan tujuan untuk kebaikan pada kehidupan sosial kemasyarakatan di dunia.

Keseimbangan antara tujuan akhirat dan dunia menjadi salah satu hal penting bagi masyarakat dalam menerima dakwah. Tanpa keseimbangan, terdapat ketimpangan kehidupan yang pada akhirnya manusia dianggap gagal menggapai kehidupan dunia - akhirat. Bagi beberapa orang, capaian kehidupan akhirat lebih dominan, namun dalam sisi lainnya (dunia), menjadi gagal. Dan sebaliknya, keberhasilan dunia belum tentu menciptakan keberhasilan akhirat. Menyeimbangkan hal ini menjadi sebuah hal yang penting bagi umat Islam. Tugas menyeimbangkan orientasi dunia-akhirat telah dipaparkan dalam Q.S. Al Qashash: 77 (*...Hendaknya kalian menyeimbangkan hal-hal yang telah diberi oleh Allah dalam kehidupan akhirat, namun jangan lupa dengan nashi kehidupan dunia...*)

Berangkat dari realitas di atas, dapat dikemukakan bahwa tujuan dakwah lebih pada penciptaan kebaikan manusia dalam berbagai aspek. Hal ini senada dengan kenyataan bahwa Islam adalah agama "*rahmatan lil*

---

<sup>24</sup> Syamsudin, (2016), *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana), hlm. 11

<sup>25</sup> Ahmad Al Raysuni dan Muhammad Jamal Barat, (2002), *Ijtihad antara Teks, Realitas, dan Kemaslahatan Sosial*, (Jakarta: Penerbit Erlangga) hlm. 23-25

*alamin*". Kerahmatan yang dibawa oleh Islam diejawantahkan dalam kehidupan manusia tanpa batas. Unsur kehidupan dunia yang membutuhkan piranti kebutuhan juga menjadi bahasan tujuan dakwah, sehingga dakwah diharapkan mempengaruhi kehidupan umat islam untuk kehidupan sosial keagamaan dengan berbagai aspeknya.

### 3. Unsur-unsur Dakwah

Terdapat beberapa komponen dalam kegiatan dakwah. Komponen ini biasa disebut dengan unsur. Dalam kamus Bahasa Indonesia kata "unsur" diartikan sebagai bagian terkecil dari suatu benda; bagian benda yang tidak dapat dibagi-bagi lagi dengan proses kimia; bahan asal.<sup>26</sup> Dari makna ini maka unsur dakwah saling mengkait antara satu dengan lainnya. Ketiadaan satu elemen atau bagian menyebabkan tidak dapat terlaksanakannya kegiatan dakwah.

Dalam kegiatan dakwah beberapa unsur tersebut, yaitu: *da'i* (subyek), *mad'u* (obyek), *maadah* (materi), *wasilah* (media), dan *Atsar* (efek). Dari elemen ini, masing-masing tidak dapat berdiri sendiri, melainkan bersinergi. Tanpa sinergitas antar unsur, keberadaan dakwah tidak bisa dijalankan, atau seandainya dijalankan-pun tidak mendapat hasil yang dapat dipertanggungjawabkan.

Sebagai unsur pertama, *da'i* merupakan individu atau kelompok (baik organisasi ataupun lembaga) yang melakukan dakwah. *Da'i* biasa juga disebut sebagai subyek dakwah. Dalam posisinya sebagai *da'i*, seseorang atau kelompok tersebut memberikan materi dakwah dirinya dituntut mempunyai image atau citra positif di depan para penerima dakwahnya. Tanpa citra positif tersebut, dipastikan dakwah yang dijalankannya akan mencapai jalan buntu, yang dampaknya adalah ditolaknya dakwah yang dilakukan.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, diambil dari [https://: www.kbbi.web.id](https://www.kbbi.web.id)

<sup>27</sup> Acep Aripudin, (2011), *Pengembangan Metode Dakwah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hlm. 4-5

Untuk keberhasilan dakwah yang dilakukan, selain harus menjaga citra positifnya, seorang da'i dituntut untuk menjalankan beberapa hal, sebagai berikut: 1) memperhatikan kemampuan dan kapasitas yang dimiliki oleh masyarakat yang dihadapinya. Dinya harus mampu mengungkapkan dakwahnya sesuai dengan keberadaanya, 2) Da'i harus menyelaraskan dengan kondisi kejiwaan (psikologi) masyarakat, sehingga kesesuaian materi sejajar dengan kondisi masyarakat, 3) Da'i dituntut mengemas materi dakwahnya untuk menyelesaikan problematika yang dihadapi masyarakat.<sup>28</sup> Tiga hal ini menjadi kunci keberhasilan dakwah yang dijalankan.

Dari paparan tentang keberadaan seorang da'i, dapat dikatakan bahwa posisi da'i menduduki hal penting dalam kehidupan masyarakat. Image masyarakat terhadapnya membuat dirinya mampu menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh masyarakat. Seiring dengan terselesaikannya masalah di masyarakat, dipastikan bahwa dirinya akan diterima secara positif. Nilai-nilai positif yang ada dalam masyarakat tersebut akan berkembang baik manakala dakwah berhasil diberikan dengan strategi yang dijalankan.

Unsur yang kedua adalah *mad'u* atau biasa disebut dengan obyek dakwah. Diketahui bahwa masyarakat selalu berkembang, seiring dengan dinamika yang dihadapinya. Perkembangan masyarakat selalu sejajar dengan perkembangan informasi dan teknologi. Untuk mendudukan masalah dakwah terhadap masyarakat, maka kondisi masyarakat wajib dijadikan sebagai unsur utama yang diperhatikan. Fenomena, perkembangan, persoalan yang ada di masyarakat merupakan "masalah" tersendiri bagi seorang da'i.

Unsur ketiga materi dakwah yang diambil dari kandungan al-qur'an dan hadits. Menurut Al-Bayayuni Penjabaran materi dakwah terbagi dalam tiga hal, yaitu: 1) aqidah, 2) Syariah, 3) akhlak.<sup>29</sup> Keberadaan materi-materi

---

<sup>28</sup> Jalaluddin Rakhmat, (2000), *Islam Aktual*, (Bandung: Mizan) hlm. 227-229

<sup>29</sup> Ahmad Mujieb, (2000), *Kamus Fiqih*, (Jakarta: Pustaka Firdaus) hlm. 17

ini penting untuk perubahan yang ada di masyarakat. Materi dakwah harus mampu menjadi pemantik dan memiliki makna terhadap perkembangan kehidupan, solusi atas persoalan yang dihadapi masyarakat. Dalam berdakwah, pemilihan materi yang “ringan”, tapi mengena menjadi tuntutan yang mampu memberikan makna positif bagi masyarakat.

Unsur keempat wasilah atau media. Media dakwah merupakan alat yang digunakan dan dipilih oleh seorang da'i dalam menyampaikan materinya kepada mad'u.<sup>30</sup> Sebagai alat untuk penyampaian dakwah, media dakwah menjadi penting keberadaannya. Pemilihan media dakwah untuk menyampaikan tujuan berguna untuk menilai efektivitas yang diberikan. Dalam hal ini media dakwah harus mampu menjadi jembatan dan disesuaikan dengan materi dan segmentasi (*mad'u*) yang dihadapi.

Media dakwah merupakan jembatan atau alat yang dapat dipergunakan demi keberlangsungan dakwah. Keberadaannya penting untuk mengantarkan materi dakwah tersampaikan kepada *mad'u*. Dalam kondisi demikian, maka menyiapkan media dakwah yang sesuai dan memiliki nilai positif menjadi kunci keberhasilan dakwah. Pemilihan media dakwah merupakan tuntutan yang ditujukan kepada para da'i, demi kesuksesan dakwah yang dijalankan.

Dalam hubungannya dengan media dakwah, Hamzah Ya'kub membagi media dakwah menjadi 5, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. Dakwah dengan menggunakan media lisan, seperti, Lisan, pidato, ceramah, kuliah, bimbingan dan penyuluhan dan lain sebagainya. Dakwah menggunakan media tulisan, melalui buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespodensi), spanduk, flash card dan sebagainya. Dakwah melalui media lukisan, seperti gambar, karikatur dan sebagainya. Dakwah melalui audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan atau kedua-duanya, seperti radio, televisi, film, slide, OHP, dan dakwah menggunakan media akhlaq,

---

<sup>30</sup> Syamsul Munir (2009), *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah) hlm. 113

yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam dan dapat diamati serta dimengerti oleh mad'u.<sup>31</sup>

Terdapat tiga media dakwah yang lazim, yaitu media tradisional dan media modern, dan perpaduan antara tradisional dan modern. Media tradisional merupakan representasi alat dakwah yang berhubungan dengan kondisi tradisi dan budaya di masyarakat, berupa seni dan alat, alatnya (rebana, bedug, wayang dsb). Adapun media modern berhubungan dengan audio, visual dan audio visual. Hal ini sejajar dengan perkembangan media sosial yang menjamur di era saat ini. Media yang memadukan antara tradisional dan modern merupakan kepiawaian dalam menyuguhkan nilai-nilai positif dalam bentuk pertunjukan, film, video dan sejenisnya.<sup>32</sup>

Ragam media dakwah kekinian tidak hanya merambah pada dakwah yang tidak menggunakan media massa, tetapi masuk pada implementasi media sosial sebagai sarana untuk dakwah. Adaptasi seorang da'i terhadap media sosial menjadi penentu keberhasilan pelaksanaan dakwah. Penggunaan media sebagai sarana dakwah menjadi pilihan terbaik yang dapat dijalankan.

## **B. Ruang Lingkup Media Sosial**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian media berasal dari kata latin yaitu "*medium*" yang berarti penengah. Sebagai penengah, media berperan sebagai alat penghubung antar dua orang yang berhubungan. Media sosial merupakan "penengah" jenis baru yang masuk ke dalam kategori media online. Media online adalah media yang

---

<sup>31</sup> Hamzah Ya'kub, (2001), *Etika Islam*, (bandung: Diponegoro, Cet- 2), hlm. 47-48

<sup>32</sup> Erjang AS dkk, (2009), *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran), hlm.

mendukung terjadinya sebuah ‘*social interaction*’ menggunakan teknologi *website* dan merubah proses komunikasi menjadi interaktif atau dua arah.<sup>33</sup>

Dalam pandangan Junaedi (2019), media sosial adalah bagian penting dalam kehidupan saat ini. Penetrasi media sosial semakin menguat digunakan berbagai motif mulai dari pertemanan, informasi, hiburan, motif ekonomi, dan interaksi sosial yang tidak nyata. Mengetahui berita yang beroprasi dalam mengabarkan apa yang terjadi pada hari ini dengan media *twitter, facebook, instagram* dan *youtube*.<sup>34</sup>

Menjamurnya media sosial di masyarakat dimulai pada awal 2000-an. Berdasarkan data diketahui bahwa platform *my space* memiliki pengguna terbanyak, yaitu sekitar satu juta. Penggunaan media sosial sangat pesat perkembangannya di dunia modern ini. Masyarakat terpuaskan dengan mencari kesenangan pribadi melalui aplikasi dalam alat komunikasi yang telah dimilikinya, Realitas ini menunjukkan minat tinggi masyarakat terhadap media sosial.<sup>35</sup>

Hal ini menunjukkan perubahan cepat orientasi masyarakat dalam dunia Teknik informatika. Kebersamaan masyarakat secara langsung tergantikan dengan *Platform* media sosial. Pada tahun 2008 aplikasi *Facebook* merupakan pemenang dalam persaingan pasar media.<sup>36</sup> Dari aplikasi ini, kemudian aplikasi lainnya bermunculan dalam mengadopsi kepentingan masyarakat untuk memperoleh informasi.

Seiring dengan perkembangan media sosial, seluruh masyarakat dunia memiliki kecenderungan yang berlainan. Mereka akan memilih aplikasi yang menurutnya mumpuni untuk menyelaraskan hobi

---

<sup>33</sup> Rulli Nasrullah, (2017), *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet-IV) hlm. 11

<sup>34</sup> Fajar Junaedi, (2019), *Etika Komunikasi di Era Siber*, (Jakarta: PT.Rajawali Press, Cet-I) hlm. 153-154

<sup>35</sup> Evra Wilya dkk, (2018), *Sensasi Penelitian Islam Kontemporer: Tinjauan Multikultural*, (Yogyakarta: Deepublish) hlm. 57

<sup>36</sup> Dilansir dari <https://www.google.com/search?q=OurWorldinData>, diakses tanggal 23 Desember 2023

berselancar dalam dunia maya. Kecenderungan ini tentunya dilatarbelakangi oleh tawaran konten masing-masing aplikasi.

## 2. Fungsi Media Sosial

Media sosial tidak hanya media yang dapat mencari kesenangan semata. Lebih dari itu, media sosial mempunyai manfaat yang banyak dalam bertukar pesan atau komunikasi secara virtual. Untuk itu, menggunakan fungsi media sosial sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin merupakan sebuah keharusan. Jangan sampai media sosial malah menjerumuskan pada kegiatan yang menghamburkan waktu. Menurut Rohmadi media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai: 1) media infomasi, 2) media promosi, 3) media kegiatan sosial, 4) media silaturahmi, dan 5) media branding.<sup>37</sup>

Melalui media sosial, pengguna media sosial bisa mendapatkan berbagai informasi mulai dari kabar berita yang terjadi di di wilayah tertentu, mengetahui perkembangan dan situasi masyarakat, mendapatkan info lowongan pekerjaan dan peluang usaha, beasiswa dan beberapa informasi lain. Media sosial memberikan informasi dan pengetahuan baru tentang segala sesuatu yang dibutuhkan, termasuk ajang promosi dan menjalankan perekonomian digital. Pengguna media sosial dapat memberikan penawaran tentang produk, jasa atau barang yang dimiliki. Ramainya aplikasi e-commers merupakan bukti bahwa media sosial mampu menciptakan pekerjaan baru dan peningkatan ekonomi bagi pengaksesnya.

Tidak hanya itu saja, media sosial juga mampu dijadikan sebagai alat untuk kegiatan sosial keagamaan. Tema kepedulian kepada masyarakat lainnya menjadikan aplikasi media sosial dapat dijadikan sebagai alat dalam kegiatan sosial-kemasyarakatan. Sebagai contoh adalah adanya aplikasi untuk open donasi, membantu korban bencana alam, membantu

---

<sup>37</sup> Arif Rohmadi, (2016), *Tips Produktif Bersosial Media*, (Jakarta: PT. Elex Media, Cet-I) hlm. 2

masyarakat yang menderita, mensejahterakan masyarakat miskin dan sebagainya.

Dengan beberapa contoh aplikatif di atas, diketahui bahwa media sosial tidak hanya menjadi ajang silaturahmi, melainkan menembus batas kebutuhan masyarakat penggunanya. Media sosial tidak hanya mampu mengakomodir interaksi yang terkendala jarak, melainkan mampu menghilangkan jeda tersebut. Pertukaran pesan dan berbagi informasi berupa pesan tulisan, *audio* maupun *audio visual* seperti *video call* menjadi sesuatu yang mampu mendekatkan hubungan antar masyarakat.

Terakhir, melalui media sosial, pengguna media sosial mampu untuk memilih dan menciptakan merek dagang, merek jasa dan *personal branding*. Masyarakat mampu merepresentasikan apa perkembangan dirinya dan pekerjaan yang digelutinya. Mereka mampu menilai kelemahan dan keistimewaan sebuah produk tersebut. Setelah memahami masing-masing branding tersebut, pada akhirnya masyarakat tidak keliru untuk menentukan pilihan hidupnya.<sup>38</sup>

### 3. Manfaat Media Sosial

Melihat fungsi pembahasan media sosial di atas, diketahui bahwa media sosial mempunyai manfaat yang signifikan bagi penggunanya. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang diakui akan memberikan perubahan penggunanya dari aspek kognif, afektif dan psikomotorik.<sup>39</sup> Perubahan ini memang tergantung pada penggunanya. Intensitas pengguna media sosial menjadi standar dalam memberikan perubahan tersebut,

Lebih jauh lagi media sosial mempunyai manfaat dalam akselerasi kebutuhan manusia kekinian terhadap kebutuhan hidupnya. Melalui media sosial, masyarakat dapat berinteraksi dengan lebih luas dan tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Selain itu, manfaat media sosial membuat masyarakat

---

<sup>38</sup> Arif Rohmadi, (2016), *Tips...* hlm. 2-4

<sup>39</sup> Suharto (2017), "Media Sosial Sebagai Medium Komunikasi Dakwah", dalam *Jurnal Al Misbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, hlm. 229-244

penggunanya menjadi adaptif terhadap perkembangan dalam kehidupan, seperti pemenuhan kebutuhan belanja melalui *e-commerce*, membagi kegiatan dan data melalui *media sharing*, laporan pekerjaan melalui *Wiki* dan sebagainya.

#### 4. Perkembangan Media Sosial

Seiring dengan perkembangan dunia informasi dan komunikasi, media sosial menjadi kebutuhan masyarakat. Tidak bisa masyarakat kekinian menghindari media sosial. Perkembangan ini dilatarbelakangi oleh adanya perubahan sosial di masyarakat. Perilaku kehidupan masyarakat kekinian dipengaruhi oleh gaya hidup yang berkembang. Munculnya praktik-praktik yang instan menuntut masyarakat adaptif dan pada akhirnya menjadi bagian perkembangan dunia informasi dan komunikasi tersebut. Sebaliknya, masyarakat yang tidak menggunakan dan memanfaatkan perkembangan informasi akan ketinggalan dan masih terkungkung dalam kehidupan tradisonalis.

Dalam hubungannya dengan media sosial, dirinya juga berkembang dengan berbagai dinamikanya. Dalam perkembangannya, media sosial mempunyai 6 ragam, yaitu: a) *Social Networking*, merupakan cara berinteraksi melalui media pesan teks, foto, video dan publikasi yang ditampilkan saat itu juga (*live*), b) *Blog*, kegiatan up load aktivitas seseorang dan kegiatan berbagi pengalaman, informasi dan respon, c) *Micro blogging*, yaitu bertukar informasi dengan lingkup sempit, terbatas pada orang-orang dekat, d) *Social bookmarking*, kegiatan mengelola data, menyimpan, dan mengorganisasikannya secara online), e) *Wiki*, yaitu wadah situs yang bisa diakses untuk mengetahui arti maupun makna, dan f) *Media Sharing*, yaitu Media berbagi yang memfasilitasi bagi para pengguna media sosial untuk berbagi dokumen baik audio, visual, dan audio visual.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Rulli Nasrullah, (2017), *Media...* hlm. 44-46

Media sosial saat ini dengan berbagai platform merupakan pilihan yang tidak terelakkan. Facebook, you tube, Instagram, skype, dan sebagainya merupakan alat yang dapat dipergunakan dengan karakteristik yang “mirip” untuk kegiatan dakwah itu sendiri. Upaya untuk mengelaborasi antara unsur-unsur media dakwah dan media sosial yang menunjang proses dakwah di sosial media yang merupakan bagian dari dinamika media baru (new media).

Dalam new media terdapat beberapa prasyarat untuk menjadikan dirinya diterima oleh masyarakat. Beberapa hal tersebut terkait dengan fasilitas dalam aplikasi yang ditawarkan. Hal tersebut yaitu: 1) adanya interaksi antara pengunggah dan pengikutnya, baik untuk menyampaikan komentar maupun respon, 2) *Hypertekstual* (kebebasan untuk menentukan pilihan), 3) *Networking* (menggunakan jaringan internet), 4) Virtual (jauh tapi dekat), 5) *Simulated* (gambaran realitas yang sebenarnya), 6) Digital (karakter pemanfaatan fitur teks, visual, audio, video).<sup>41</sup>

Seiring dengan perkembangan di atas, maka pengguna dan pegiat media sosial dapat memilih kebutuhannya masing-masing. Selain memilih, tentunya pengguna juga mempunyai kecenderungan terhadap aplikasi yang diinginkan. Dinamika ini mutlak ada karena memang tidak dipungkiri bahwa media membutuhkan eksistensinya dalam persaingan di media global. Konten menarik dan mudahnya operasionalisasi menjadi kunci dalam keberhasilan perkembangan media.

### **C. Pesan Dakwah di Media Sosial**

Berdakwah dengan menggunakan media sosial dapat dijalankan dengan menjalankan akun pada instagram. Pengembangan konten dan teknik dalam menjadikan pesan dakwah dapat diterima merupakan sesuatu yang penting. Selain itu, memberikan ciri khusus dalam dakwah di media sosial merupakan sebuah tuntutan. Semakin canggih seorang da'i menggunakan media dan

---

<sup>41</sup> Martin Lister, (2009), *New Media: A Critical Introduction* (London & New York: Routledge Press), hlm 25-30

menjaring pengikut (*follower*) menjadikan akunnya survive. Selain itu, semakin banyak pengikut mengindikasikan banyak pula jamaah (*mad'u*) yang dapat mengakses materi dakwah.

Memang, dapat dikatakan dengan munculnya ragam media dakwah dianggap telah merubah pola pikir manusia, dari interaksi langsung menjadi tidak langsung. Nilai kolektif terkikis dengan adanya media-media tersebut. Sebagai contoh, dengan kecanggihan teknologi informasi, manusia tidak membutuhkan manusia lainnya, dirinya cukup dengan alat komunikasi canggih tersebut untuk mencari kesenangan dirinya.<sup>42</sup> Secara kualitatif intensitas hubungannya menjadi berkurang, namun secara kuantitas ini wujud perkembangan teknologi komunikasi.

Kata Instagram berasal dari “insta” yang berarti berfoto dan membagikan foto kepada teman terdekat secara mudah dan instan. Kata “gram” berasal dari kata telegram yang dimaknai sebagai pengiriman pesan secara cepat.<sup>43</sup> Dengan demikian, makna instagram merupakan cara mengirimkan foto secara cepat kepada teman, kolega terdekat yang dimiliki oleh pengirimnya.<sup>44</sup>

Beriringan dengan perkembangan dunia teknologi informatika, praktik “pengiriman foto” berkembang, tidak hanya foto yang dikirim, melainkan konten lainnya, seperti dokumen, video, film dan sejenisnya. Perkembangan ini bukan sebuah kebetulan, melainkan desain yang mengikuti kebutuhan masyarakat. Media sosial di-up grade sedemikian rupa guna dalam pekerjaan, hubungan sosial, bahkan hiburan.

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang notabene dijadikan sebagai aplikasi yang resmi dirilis tepat pada tanggal pada 06 Oktober tahun 2010, sebanyak 25 ribu pendaftar pertama diinisiasi oleh Kevin Systrom yang berasal dari Amerika Serikat, Kevin sekaligus CEO dari instagram sendiri.

---

<sup>42</sup> Fadi Ibnu Ahmad, (2011), *Dakwah On line: Asyiknya Meraup Pahala Di Dunia Maya*, (Bandung: Mizan), hlm. 221-222

<sup>43</sup> Miliza Ghazali, (2016), *Buat Duit dengan Fecebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House) hlm. 8

<sup>44</sup> Dikutip dari repository,uin-suska.ac.id, Diakses tanggal 23 Desember 2023

Saat ini, aplikasi *instagram* tengah menjadi primadona bagi pegiat sosial media hamper di seluruh masyarakat Indonesia, terutama kamu mudanya. Platform ini terkenal dan dapat digunakan sebagai media interaksi sosial, dengan fungsi utama untuk membagikan teks, foto, video.

Lebih lanjut, dalam *instagram* menurut Ghazali terdapat berbagai fitur, yang dapat diakses penggunanya. Fitur-fitur tersebut memiliki fungsi yang dapat digunakan untuk berkegiatan di sosial media. Beberapa fitur tersebut antara lain: Pertama, *Feed/ Beranda*. Fitur ini akan didapati pengguna saat pertama kali saat membuka akun *Instagram*. Dalam beranda *instagram* menampilkan pemberitahuan atau notifikasi terhadap kegiatan yang dilakukan oleh para pengguna aplikasi *instagram* khususnya orang yang diikuti. Melalui beranda seorang pengguna dapat mengakses info terbaru yang dibagi oleh admin *Instagram*.

Kedua, *Instagram story* atau cerita *Instagram*. Melalui fitur ini seseorang berkesempatan untuk menunjukkan teks, foto, dan video kepada pengikutnya. Pengikut akun dapat melihat aktivitas pemilik *instagram* secara langsung, dan sebaliknya pemilik akun dapat mengerti aktivitas pengikutnya.

Ketiga, *Comment* atau komentar terhadap pikiran orang lain, berupa kata-kata dengan berbagai maksud dan tujuan. Keempat *Post* atau unggahan untuk membagikan foto maupun video atau konten lainnya. Kelima *Profile*, berfungsi untuk menunjukkan jenis akun *instagram*. Keenam, *Caption*, merupakan Judul yang mendeskripsikan unggahan foto maupun video yang memiliki ciri khas dari penggunanya. Ketujuh, *Mentions* yang berfungsi untuk menyebut atau menambah pengguna lain sebagai pengikut.

Kedelapan, *Hashtag*, merupakan simbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di *instagram* dengan hashtag tertentu. Kesembilan, *Location*, yang berfungsi menampilkan lokasi para pengguna *instagram* mengunggah foto maupun video yang dengan layanan photo sharing. Kesepuluh, *Direct Message*, berguna sebagai pesan langsung yang dikirimkan oleh pengguna *instagram*

kepada pengguna lain dan berbentuk pesan dalam bentuk chat dalam ruang yang tertutup dan mengandung privasi<sup>45</sup>.

Dengan fitur-fitur yang terdapat dalam instagram tersebut diketahui bahwa masing-masing mempunyai fungsi yang berbeda. Selain itu dapat dikatakan bahwa fitur dalam instagram memberikan manfaat bagi pengguna dalam memberikan pesan dengan berbagai ragamnya kepada pengguna lain yang diinginkan. Melalui fitur tersebut, dapat diperoleh sebuah pemahaman bahwa pesan akan tersampaikan kepada pengguna lain dengan mengikuti alur yang telah diberikan admin instagram.

Terdapat tiga hal tidak boleh dilupakan menggunakan media sosial menurut Chris Heuer, yaitu: komunikasi, konten, dan kolaborasi.<sup>46</sup> Seorang da'i yang berdakwah melalui media sosial merupakan konten creator yang keberadaannya sangat penting dalam interaksi media sosial. Dirinya harus mampu mengimplementasikan tiga tersebut hal dalam kegiatan dakwahnya. Tanpa ketiganya, diyakini bahwa keberadaan dakwahnya akan menuai kegagalan, atau bahkan ditinggalkan pengikut yang telah dimilikinya.

Kegiatan penyampaian pesan dakwah hampir sama dengan komunikasi yang didefinisikan oleh Harold Dwight Lasswell (1902), dengan unsur (*who = Da'i*), unsur pesan (*says what = Materi Dakwah*), saluran komunikasi (*in which channel = Media Dakwah*), unsur penerima (*To whom = Mad'u*), dan unsur pengaruh (*with what effect = Atsar*). Unsur-unsur komunikasi tersebut harus dipenuhi oleh seseorang yang menyampaikan dakwah melalui media sosial maupun media lainnya. Tanpa unsur-unsur di tersebut dipastikan dakwahnya menjadi *absurt*. Berpijak dari hal ini, maka sebenarnya dakwah merupakan proses komunikasi.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Miliza Ghazali, (2016), *Buat...* hlm. 8-15

<sup>46</sup> Chris Heuer, (2010), *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Succes in the Web*, (Canada: New Jersey Press), hlm. 10

<sup>47</sup> Atabik, (2014), "Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Perspektif Al-Qur'an", dalam *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol 2, No.2. Hlm. 119-120

Dalam perkembangannya dakwah dapat dijalankan melalui akun instagram. Pesan diartikan sebagai unsur komunikasi. Isi pesan berupa lambang dengan berbagai macam bentuknya.<sup>48</sup> Pesan-pesan dakwah melalui instagram dapat dilakukan dengan menggunakan fitur Post. Seseorang yang akan mengunggah pesan dakwah dapat menyiapkan konten berupa teks, gambar, maupun video untuk dikirimkan kepada seluruh orang yang dikehendaki, terutama pengikutnya. Menggunakan fitur ini dibutuhkan kepiawaian seorang dai yang akan berdakwah melalui media sosial instagram ini.

Penyiapan materi atau konten dakwah menjadi pintu masuk keberlangsungan dakwah yang dijalankan. Pemilihan materi dakwah menjadi prioritas yang harus dikelola oleh seorang da'i. Tanpa pemikiran mendalam dalam memilih dan menyusun konten dapat menyebabkan tidak diterimanya dakwah yang diberikan. Konten dakwah merupakan hal utama yang mendapatkan porsi perhatian, karena dengannya karakteristik seorang da'i dapat terlihat dan diklasifikasikan.

Menengarai penyusunan konten di media sosial, menurut Gunelius (2011) bahwa konten menarik merupakan bagian dari strategi komunikator dalam menjalankan kegiatan komunikasi. Hal ini dapat dianggap sebagai *social media marketing*. Sebuah konten merupakan senjata bagi seorang marketer yang dapat digunakan untuk memotivasi dan mendorong individu dalam melakukan sebuah promosi melalui media *online*. Konten merupakan sebuah landasan strategi dalam sebuah bisnis, agar dapat dipercaya oleh seorang konsumen.<sup>49</sup>

Dari pendapat ini dapat dikatakan bahwa konten dakwah juga diarahkan untuk mendapatkan kepercayaan mad'u, sehingga dirinya terpengaruh untuk mengikuti materi dakwah tersebut. Seorang mad'u pastinya akan mengikuti materi-materi dakwah yang dibagikan di media sosial dengan penampilan yang

---

<sup>48</sup> Onong Uchjana, (2001), *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hlm. 38

<sup>49</sup> Susan Gunelius, (2011), *30 Minutes Social Media Marketing: Step by Step Technique to Spread the Word aBout Your Bussiness Fast and Free*, (New York: Mc Graw-Hill), hlm. 21

indah, tidak provokatif dan sederhana. Kriteria baiknya sebuah konten dinilai dari aspek kemudahan, kemenarikan, dan simple.

Klasifikasi pesan dakwah dalam media sosial instagram dapat disesuaikan dengan sumber hukum Islam, yaitu al-qur'an dan hadits. Di atas peneliti telah membatasi bahwa pesan dakwah yang ditentukan dalam penelitian ini adalah yang terkandung dalam al-qur'an dan sunnah, yaitu: akidah, syariah, dan akhlak.<sup>50</sup> Ketiga hal tersebut kemudian di jabarkan dalam kerangka masing-masing indikator atau rumusan yang ada. Akidah dijabarkan dalam bentuk keimanan kepada Allah, Syariah berhubungan dengan ibadah dan muamalah, dan akhlak berhubungan dengan perangai atau tabiat.<sup>51</sup>

Ketiga materi dalam dakwah di atas mempunyai korelasi antar ketiganya. Aqidah merupakan kepercayaan seseorang terhadap kebenaran Allah melalui hati dan lisannya, sehigga mendatangkan ketenteraman.<sup>52</sup> Hal ini menyangkut kebenaran atas dasar Islam. Dengan akidah, seseorang akan dapat mengetahui kadar keimanan yang dimilikinya. Takaran keimanan dikembalikan pada ajaran utama untuk mengaplikasikan keberadaan diri manusia untuk menghamba kepada Tuhannya. Kepercayaan kepada kebenaran Allah dan Rasul-Nya menjadi ciri seseorang yang mempunyai akidah yang positif.<sup>53</sup>

Syariah mencakup seluruh perundangan dan hukum Islam baik secara individu, keluarga, maupun masyarakat. Syariah memuat pelaksanaan ibadah dan muamalah. Ibadah mengatur hubungan makhluk dengan Tuhannya, sedangkan muamalah menyangkut hubungan antar manusia dan makhluk lainnya. Dalam kancan muamalah, menyangkut seluruh hajat hidup manusia , antara lain: hukum ekonomi syariah, aturan hukum, aturan politik, sosial dan

---

<sup>50</sup> Ropingi el-Ishaq, (2016), *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Malang: Madani), hlm. 77

<sup>51</sup> Moh Ali Aziz, (2004), *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana), hlm. 95-97

<sup>52</sup> Yunahar Ilyas, (2004), *Kuliah Aqidah Islam*, (Yogyakarta: LPII), hlm. 4

<sup>53</sup> Syahrin Harahap & Hasan Bhakti Nasution, (2003), *Ensiklopedi Akidah Islam*, (Jakarta: Kencana), hlm. 66

sebagainya<sup>54</sup>. Tujuan dengan adanya syariah lebih pada upaya memedomani dalam implementasi ajaran agama agar dapat dijalankan secara maksimal.

Akhlak merupakan sesuatu yang ada dan telah meresap dalam pribadi seseorang sampai ke dalam jiwa. Seseorang yang telah mempunyai akhlak baik akan menjalankan kegiatan secara spontan, tanpa pemikiran terlebih dahulu.<sup>55</sup> Akhlak juga dipandang sebagai pelengkap dan cerminan atas realisasi pendalaman agama dan aktualisasi diri akidah dan syariah dari seseorang. Semakin baik akidah dan pelaksanaan syariahnya, maka semakin baik pula akhlak dan budi pekerti seseorang.<sup>56</sup>

Dalam menyampaikan tiga kategori pesan dakwah tersebut, seorang da'i harus memperhatikan beberapa hal yang harus dipenuhi, antara lain: 1) merencanakan pesan yang akan disampaikan dengan memperhatikan isi dan mad'u yang akan dihadapinya, 2) memastikan bahwa pesan dakwah yang akan disampaikan dapat diterima oleh mad'u secara terarah, 3) pesan dakwahnya memenuhi kebutuhan mad'u, termasuk memberikan solusi atas masalah yang dihadapi oleh mad'u, 4) Materi yang disampaikan sesuai dengan situasi dan memperoleh makna yang diharapkan.<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> Rohidin, (2017), *Pengantar Hukum Islam: Dari Semenanjung Arabia hingga Indonesia*, (Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara Books, Cet-II), hlm. 3-4

<sup>55</sup> Asmuni, (2017), "Konsep Akhlaq Sebagai Penggerak Dalam Islam", dalam *Raudlatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, Vol. 1, No. 2, hlm. 22

<sup>56</sup> Dedi Wahyuni, (2017), *Pengantar Akidah Akhlak dan pembelajarannya*, (Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara) hlm. 2

<sup>57</sup> Wahyu Ilaihi, (2010), *Komunikasi...* hlm. 99

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM KONTEN DAKWAH AKUN INSTAGRAM**  
**@muzammilhb**

**A. Profil Ustad Muzammil Hasballah**

Muzammil Hasballah, ST lahir di Aceh pada tanggal 21 september 1993.<sup>58</sup> Dirinya merupakan lulusan Fakultas Arsitektur Institut Teknologi Bandung (ITB) tahun 2015. Muzammil lahir dari pasangan Drs.H. Hasballah Usman dan Dra. Hj. Hasnidar Sulaiman. Keduanya merupakan guru di lembaga pendidikan SMA dan MAN. Pendidikannya dimulai di MIN Tijue, SMPS Unggul YPPI Sigli, SMA 10 Fajar Harapan Banda Aceh, terakhir di ITB.<sup>59</sup>

Bekal ajaran agama didapatkannya sejak kecil dalam asuhan orang tuanya di Sigli - Aceh. Interaksinya dengan dunia keagamaan dimulai sejak kuliah di kampus tersebut. Saat kuliah, dirinya aktif sebagai muadzin dan imam di masjid Salman (Komplek ITB). Sepulang dari kampus, dirinya juga menjadi imam di Masjid Al-Lathif bandung. Seiring dengan kemampuan yang dimilikinya, kemudian dirinya inten dengan urusan keagamaan, sehingga sampai sekarang malah justru bidang keagamaan yang digelutinya, bukan arsitektur.

Muzammil merupakan penghafal al-Qur'an, dan berusaha mengamalkan isinya dengan berkulat di dunia agama. Pada tanggal 07 Juli 2017 dia menikahi wanita idamannya yang bernama Sonia, adik kelasnya di SMA 10 Fajar Harapan - Banda Aceh. Sonia merupakan alumni dari Teknik Geo Fisika Universitas Syiah Kuala - Banda Aceh.<sup>60</sup> Saat ini kesibukan Muzammil berkulat pada wirausaha dalam bidang tour dan travel, Biro Haji dan umrah (Millah tour). Selain sebagai pengusaha, dirinya juga aktif dalam kegiatan keagamaan sebagai da'i, ustad, qari, dan muadzin.

---

<sup>58</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muzammil\\_Hasballah](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muzammil_Hasballah), diakses tanggal 23 Desember 2023

<sup>59</sup> Dikutip dari <https://www.suara.com/news/2022/06/15/profil-muzammil-hasballah-pelantun-adzan-di-pemakaman-putra-ridwan-kamil>, diakses tanggal 23 Desember 2023

<sup>60</sup> <https://news.detik.com/berita/d-3551793/profil-singkat-sonia-istri-muzammil-hasballah>, diakses tanggal 23 Desember 2023

Dalam berdakwah, selain dengan cara terjun langsung di masyarakat, Muzammil juga berdakwah di media sosial instagram. Akun instagram yang dimilikinya adalah @muzammilhb dibuat pada 27 oktober 2014. Melalui akun instagram ini, Muzammil berusaha membagikan konten kebaikan dan ajakan untuk orang lain agar tetap menjaga keimanan dan ibadahnya. Keberadaan dakwah yang dijalankannya ini menuai hasil positif dari berbagai pihak, sehingga eksistensinya dapat dirasakan sampai sekarang.

#### **B. Konten Dakwah Akun Instagram Muzammil Hasballah @muzammilhb**

Materi dakwah atau biasa disebut sebagai konten dakwah merupakan pintu masuknya komunikasi antara da'i dan mad'u. Atsar atau efek dakwah ditentukan olehnya. Kesesuaian materi dakwah akan menentukan perubahan perilaku mad'u, sehingga dirinya dipandang baik atau buruk, sesuai atau tidak sesuai dengan ajaran agama. Semakin baik perubahan diri mad'u, dapat diartikan bahwa dakwah berhasil. Sebaliknya, tidak adanya kecenderungan untuk perilaku baik dari seorang mad'u, maka dakwah perlu dikemas Kembali.

Menegarai hal tersebut, da'i akan berlomba-lomba menyajikan materi dakwah sesuai dengan kondisi psikologis, dan realitas yang dihadapi mad'u. Materi dakwah yang baik dan dapat diterima mad'u menjadi sesuatu yang penting dalam menentukan arah kehidupannya. Penyajian ini tentunya membutuhkan kinerja yang berat dan harus dijalankan sesuai dengan teori-teori yang berhubungan dengan metode dakwah, media dakwah dan komunikasi massa.

Materi dakwah yang disampaikan ustad Muzammil Hasballah melalui akun instagramnya berpedoman pada resep di atas. Konten dakwah yang disajikan olehnya dipandang sederhana, mudah dipahami, dan mengena (sesuai situasi kekinian), Kesederhanaanya dapat dilihat dari materi dakwah yang tidak bertele-tele, tidak banyak tema (hanya berpaku pada satu tema), dan disajikan dalam bentuk perkataan, atau tulisan yang lugas dan mudah diingat, karena penggunaan diksi yang sangat populer di masyarakat.

Konten dakwah ustad Muzammil Hasballah mudah dipahami karena dikemas dalam bentuk perkataan dan teks yang simpel. Penggunaan audio-visual (video) yang mengiringi perkataan dan teks yang disisipkan terkadang menyentuh hati pegikut akun instagramnya. Para *followers* akun Instagram @muzammilhb mengakui bahwa isi pesan yang disampaikan mudah dipahami, bahkan, kadang-kadang iringan audio yang disematkan membuat hati mereka “bergetar”.<sup>61</sup>

Iringan audio dan video yang menyertai konten tersebut dipilih dan disajikan sesuai dengan konteks kejadian saat itu. Dalam menyajikan konten dakwahnya, ustad Muzammil banyak memberikan perumpamaan dalam nilai kehidupan sehari-hari. Konteks kejadian harian diperkuat dengan penyantunan referensi berupa ayat al-qur'an dan hadits Nabi, Ustad Muzammil seringkali menyisipkan nilai - nilai kebaikan yang dapat dijalankan untuk membuat para pengikut akun instagramnya mengambil pelajaran dari konten yang *dishare* tersebut.

Melalui akun instagram @muzammilhb tersebut, persebaran konten dakwah yang diunggah dapat dinikmati dan diambil pelajaran darinya. Pengikut akun instagram @muzammilhb secara digital dapat menjangkau dan melihat isi konten tersebut. Jumlah pengikut akun Instagram yang berjumlah lebih dari 4,7 juta dapat dianggap sebagai mad'u atas dakwah yang disampaikan oleh ustad Muzammil.

Pada pendahuluan penelitian ini, telah dipaparkan bahwa sampai dengan akhir bulan Maret 2024, Ustad Muzammil Hasballah telah mengunggah konten dalam akun @muzammilhb lebih dari 1000 materi. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan oleh peneliti, dari tanggal 1 Desember 2023 s.d 30 Maret 2024, terdapat 50 postingan pada akun @muzammilhb. Berikut digambarkan jumlah postingan yang *dishare*:

---

<sup>61</sup> Disampaikan oleh akun pengikut @muzammilhb (@aizahelwa87, @farelandika)

**Tabel 2 Jumlah Postingan**

<b>No</b>	<b>Bulan / Tahun</b>	<b>Jumlah Postingan</b>
1	Desember 2023	11
2	Januari 2024	9
3	Pebruari 2024	15
4	Maret 2024	17
Jumlah Total		52

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa ustad Muzammil membagikan konten dakwahnya rata-rata antara 12 s.d 13 dalam setiap bulannya. Kiranya perbedaan jumlah postingan tersebut disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang menyertainya. “Ramainya” kejadian dalam setiap bulan dapat menambah postingan yang diberikan. Sebaliknya, “sepinya” kejadian yang dihadapi berakibat pada mininnya jumlah konten yang diunggah. Tentunya dua hal tersebut bukan faktor penentu utama, masih ada faktor lain, seperti kesibukan, kesempatan, dan kecenderungan yang dimiliki Ustad Muzammil.

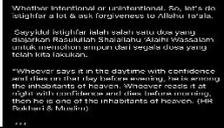
Sebagaimana telah disebutkan di atas, bahwa postingan yang diberikan oleh Ustad Muzammil berisi perkataan, teks, audia, dan video. Dalam menampilkan hal tersebut, Ustad Muzammil menampilkan video yang diperankan langsung oleh dirinya sendiri. Seringkali, dialog dalam konten yang disajikan merupakan dialog yang dibuat dan diperankan olehnya. Ustad Muzammil merupakan pemeran komunikator dan komunikan dalam beberapa postingan instagramnya.

Proses komunikasi yang dilakukan oleh ustad Muzammil dalam memaparkan konten dakwah melalui fitur postingan di instagram membutuhkan kerja ekstra. Dirinya dianggap mampu memiliki peran ganda dalam menyampaikan pesan dakwah. Drinya mampu mengemas dan memproduksi konten yang dapat membuat orang lain menikmati hasil garapannya. Kondisi ini, merupakan realitas yang membuktikan bahwa berdakwah melalui Instagram membutuhkan effort yang luar biasa, dari penguasaan media sosial, teknik produksi audio-video, dan konten atau pesan yang akan disampaikan.

Untuk mengetahui kedalaman konten dakwah yang diberikan oleh akun Instagram @muzammilhb, berikut ini dipaparkan postingan yang disampaikan atau dibagikan dalam kurun waktu Desember 2023 s.d Maret 2024.

**Tabel 3 Konten @Muzammilhb**

No	Tanggal	Konten yang Diunggah	Keterangan
1	1-12-2023	# Teks (Insya Allah tidak lama lagi Allah memudahkan kita semua menuju Baitullah. Bismillah bareng @millahtour.id)	
2	2-12-2023	Penyampaian Q.S. Az Zumar: 53 tentang perintah untuk bertaubat	
3	8-12-2023	Gambaran mencium hajar aswad dan gambaran ka'bah ditambah # Teks (Hadits yang diriwayatkan Ibnu Abbas: "Apa yang ada antara hajar aswad dan pintu ka'bah disebut Multazam. Tidak seorangpun berada di Multazam memohon kepada Allah kecuali dikabulkan")	
4	10-12-2023	Resolusi Hijrah 2024 dengan membuat kuis tentang ajakan belajar dan mengikuti al-Qur'an dengan komentar "Makna Hijrah" dengan sebelumnya wajib follow @quran_nadira.id	
5	15-12-2023	Video masjid Nabawi diiringi # teks (siapa mau sholat langsung di masjid nabi Muhammad SAW? Ajakan dengan @millahtour.id)	
6	18-12-2023	Q.S. An Naba': 10-11 (jangan begadang, jadikan malam sebagai ajang untuk istirahat)	
7	19-12-2023	#Teks (May Allah forbid ourselves, our fathers, mothers and our families from the punishment of hell)	
8	20-12-2023	#Teks (Di momen kehilangan, dikhianati, terluka, kecewa, trauma, atau harapan tak sesuai realita...sedih itu manusiawi. Tapi, kamu gak sendiri...ada Allah)	
9	23-12-2023	#Teks (Siapa yang membaca ayat kursi tiap usai sholat wajib, tidak ada yang menghalanginya masuk surga selain	

		(belum datangnya) kematian (HR. An-Nasa'i))	
10	26-12-2023	#Teks (Sayyidul istighfar ialah salah satu doa yang diajarkan Rosullullah SAW untuk memohon ampun dari segala dosa yang telah kita lakukan)	
11	27-12-2023	Lantunan Talbiyah dan arti darinya dalam Bahasa Indonesia. # Teks (Kita harus berjuang membela Palestina, karena di sana ada al-Aqsa) dan (Selama kemerdekaan bangsa Palestina belum diserahkan kepada orang-orang Palestina, maka selama itulah bangsa Indonesia berdiri menentang penjajahan Israel)	
12	2-1-2024	#Teks (Gunakah hak pilihmu, Pilih Presiden!) ditambah <b>Iklan Songkok Presiden</b>	
13	7-1-2024	Menonton debat presiden di depan masjid Madinah # Calon presiden yang mana?	
14	12-1-2024	Pose berfoto di depan Masjid Nabawi, #Teks (Rosullullah SAW tidak berperawakan terlalu tinggi dan tidak terlalu pendek, beliau berperawakan sedang diantara kaumnya)	
15	20-1-2024	Q.S. Al Isra: 4 (Sesungguhnya kamu akan membuat kerusakan di muka bumi) # Teks (Jangan berhenti...sampe kapan? Sampe P4135t!n3 merdeka, hingga kita bebas shalat di Masjidil 4qsh4)	
16	21-1-2024	#Teks (Hati-hati! Jangan sampai kegocek, Hadits Siapa yang cheating bukan circle kami (H.R. Muslim)) # Mau cobain kurma berkah langsung di Madinah?, insya Allah bareng @millahtour.id saya berangkat lagi 28 Februari sama 4 Maret ini	
17	23-1-2024	Gambar Ka'bah dan #Teks (Lawan debat adalah teman diskusi)	
18	24-1-2024	Video masjid Nabawi dan diselingi suara adzan, # Teks (Ini Azan irama Bayyati dari Syekh Muhammad Marwan Qasshash, Muazzin Masjid Nabawi, <b>Emang seadem itu di hati,,,</b> )	
19	26-1-2024	Suara Adzan pada malam hari di Madinah, # Teks (suara azan syahdu irama Hijaz ini lantunan Syekh Hamad Ad-Daghriry, muazzin Masjidil Haram, favorite saya) # Moga Kalian bisa	

		segera ngerasain shalat di sini (lagi), AAMIIN	
20	31-1-2024	#Teks (117 hari berlalu...jangan pernah lupakan Plstn, Bersatulah! tanpa persatuan kita kehilangan kekuatan)	
21	1-2-2024	#Teks (Jaga ritme biar bisa ngemaksimalin ibadah... bisa dengan ngeTeh nungguin sunset sambil liatin burung kejar-kejaran di depan masjid Baginda Nabi SAW, Masya Allah TabarakAllah...Kalau mau umroh nyambut Ramadhan (4-12 Maret) bareng saya dan keluarga, amanin seantunya di @millahtour.id, kuota hamper full)	
22	2-2-2024	# Teks (Ngakunya di akhirat pengen dapat syafaat, tapi giliran shalawat jarang sempat, sunnah banyak yang kelewat, Maafkan umatmu ini Ya RasulAllah...)	
23	3-2-2024	# Teks (Di bulan paling berkah, prioritas kita mestinya ibadah. Kita perlu kondisiin hati dan minimalisir semua distraksi, Amunisi lebaran siapin dari sekarang aja, ntar pas Ramadhan tinggal fokus ibadah dengan nyaman) <b>Share lokasi di @3secondstorebandung</b>	
24	4-2-2024	Doa agar segala sesuatu di bumi dan di langit tidak akan berbahaya # Teks (Dihafalin dan diamalin ya...Semoga Allah jaga kita semua dari semua bahaya)	
25	5-2-2024	#Teks (Minta doa buat @millahtour.id juga ya...Semoga Allah Ta'ala senantiasa memberikan kami kekuatan untuk selalu bisa berkhidmat kepada pada Jamaah, amin...) Ditambah Yel-yel: Millah Touuur?? BisMILLAH, Millah Touuur?? Jalan Mudah Menuju Berkah	
26	5-2-2024	# Teks (Masya Allah terima kasih Kak @kurniacandrau & kak @aysrahma yang udah ikutan berangkat #QuranicUmroh @ millahtour.id 4 Januari 2024 kemarin, dan Teks (Tidak ada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah, semoga Allah mudahin semua urusan kita, AMIN)	

27	13-2-2024	# Perkataan (Ini adalah satu-satunya aku pernah merasa bebas, bebas dari stress, bebas dari kekhawatiran, bebas dari segalanya), #Teks (Gaaada yang bisa ngalahin nikmatnya jadi tamu Allah Jalla Jallaluhu)	
28	14-2-2024	Berfoto di dalam mobil dan Iklan tentang @millahtour.id (UMROH I'TIKAF NYAMAN 25 Maret – 14 April 20204)	
29	15-2-2024	# Teks (Apapun hasil pemilu nanti, doa meminta kebaikan untuk pemimpin kita jangan pernah dinanti-nanti)	
30	20-2-2024	Yang lagi viral Banget ...# Teks (Museum Wahyu! Destinasi baru buat jamaah umroh nih! Selain rukun umroh, mumpung masih di Makkah kita bisa belajar sejarah Islam, salah satunya di Museum Wahyu atau Hira Cultural District. Museum ini dibangun untuk menceritakan kisah para Nabi mulai dari Nabi Adam Alaihissalam hingga mengenang peristiwa turunnya wahyu pertama kepada Nabi Muhammad SAW )	
31	22-2-2024	Lantunan Doa bebas hutang # Teks (Hidup bebas hutang memang bikin tenang...)	
32	23-2-2024	Iklan tentang Kajian Sholat Sepenuh Jiwa yang jadwalnya tanggal 11-31 Maret 2024 # Teks (Perbaikilah sholatmu, maka Allah akan perbaiki hidupmu...)	
33	23-2-2024	Bacaan sholat # Teks (Sholat keinget urusan dunia...Ngerasa capek pas sholat... Terkesan lewat aja tanpa rasa...)	
34	25-2-2024	Gambar Masjid Assalam # Teks (Alhamdulillah, Kunjungan pertama ke Masjid As-Salam HQ Biensi (Green Light)	
35	28-2-2024	# Teks (Setiap waktu yang kita gunakan akan ditanya dan dipertanggungjawabkan. Allah beri waktu kita 24 jam, adakah yang kita gunakan untuk memperbaiki amalan?)	
36	3-3-2024	Perkataan + #Teks (Hidup semangat untuk berkarya dan jadilah versi terbaik dari dirimu)	

37	4-3-2024	Berfoto Bersama keluarga di Bandara	
38	7-3-2024	Video kondisi masjid Nabawi, # Teks (Masya Allah tabarakallah)	
39	8-3-2024	Perkataan (Kalau iman kita beneran, yang ada di hati Ramadhan pasti jadi...) # Teks (Kita pengen perbaiki rezki, tapi gak perbaiki hubungan sama Ar-Razzaq (Yang maha Pemberi Rizqi))	
40	11-3-2024	Taraweh Schedule tahun 2024	
41	13-3-2024	Ramadhan sepenuh jiwa	
42	14-3-2024	Sedang membaca al-Qur'an di Masjid Nabawi, # Teks (Ramadhan istimewa dengan Qur'an. Merenungi arti mampu membersihkan hati. Mengamalkan... Itu tujuan Qur'an)	
43	15-3-2024	Lantunan ayat <i>Laqad jaakum rosulun min anfusikum azizun alaihim ainitum ...</i> # Teks (Coba deh renungin ayat ini buat ngelembutin hati dan makin cinta sama Baginda Nabi SAW)	
44	16-3-2024	# Teks (Wangi Itu sunnah Nabi, Rekomendasi parfum wangi di Masjid Nabawi)	
45	17-3-2024	# Teks (TADABBUR Al-Quran...berfikir, merenungi, dan memperhatikan ayat-ayat Al-Quran untuk memahaminya, ...)	
46	17-3-2024	Gambar Kain umroh yang bertuliskan Millahtour # RECAP JOURNEY TO RAMADHAN 4 MARET 2024	
47	18-3-2024	Gambar WEDDING INVITATION SARAH & FULAN (Belum tentu terbaik menurutNYa) # Teks (Setiap kesulitan adalah pintu menuju kekuatan baru. Jangan lari, tapi hadapi. Yakin dengan petunjukNya...)	
48	20-3-2024	Lantunan surat Al -Fatihah	

49	24-3-2024	Video sedang berdoa ( <i>Allahuma Aizzil Islam Wal Muslimin</i> ) + Terjemah Bahasa Indonesia # Teks (jangan lupakan Plstn meski hanya lewat doa...)	
50	26-3-2024	Lantunan ayat (Maha suci Allah yang menjadikan di langit gugusan-gugusan bintang dan Dia menjadikan juga padanya matahari)	
51	27-3-2024	Lantunan ayat (Wahai hamba-hambaku yang melampui batas terhadap diri mereka sendiri...) # Teks (The last question is the most important bit in the blessed month of Ramadhan...)	
52	31-3-2024	Doa (Ya Allah hidupkanlah kami dengan iman...)	

Dari tabel di atas, diketahui bahwa konten Instagram ustad Muzammil memiliki ciri khas dan berbeda dengan beberapa konten creator lainnya. Terdapat beberapa karakteristik dari setiap konten yang dimilikinya dalam akun Instagram @muzammilhb. Penggunaan akun instagramnya digunakan untuk tujuan-tujuan yang diselaraskan dengan kondisi dirinya, keberadaannya, bahkan mendokumentasikan momen yang sedang dijalankan.

Berangkat dari tabel 3.2 diketahui bahwa tidak semua konten akun instagram @muzammilhb berupa materi dakwah. Terdapat beberapa konten yang notabene konten pribadi yang dikaitkan dengan kandungan ajaran agama Islam. Masing-masing unggahan tentunya mempunyai tujuan yang ingin dicapainya. Tujuan tersebut dapat dijadikan sebagai semangat dalam penggunaan media sosialnya, yaitu Instagram. Berdasar pada tabel di atas dapat dikatakan bahwa konten akun instagram @muzammilhb berisi tentang 1) Materi dakwah, 2) Konten pribadi dan keluarga, 3) Iklan barang dan jasa, 4) Gabungan antara materi dakwah dan promosi produk dan jasa.

Empat tipe konten tersebut membersihkan pemahaman bahwa keberadaan akun tersebut mempunyai fungsi yang berbeda. Materi dakwah ditujukan untuk memberikan pesan dakwah kepada pengikutnya dengan isi yang bersumber dari al-Qur'an dan hadits. Konten pribadi merupakan refleksi pribadi yang dibagikan untuk mendekatkan dirinya dengan pengikutnya. Iklan barang dan jasa

merupakan ekspresi untuk mendapatkan keuntungan material atau ekonomi. Gabungan antara materi dakwah dan promosi merupakan simbol bahwa Muzammil mampu menggerakkan materi dakwah dengan upaya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Dari 52 postingan atau unggahan yang ada di akun instagram ustad Muzammil Hasballah pada bulan desember 2023 s.d Maret 2024 diketahui bahwa dirinya juga merespon balik (*feed back*) atas komentar yang pengikutnya atas unggahan yang diberikan. Dari cara merespon tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi yang terdapat dalam perjalanan akun instagram @muzammilhb bersifat dua arah. Pengikut akun ini dapat memberikan apresiasi berupa respon, masukan, harapan, bahkan kritikan. Komentar-komentar yang muncul pada akhirnya dapat dijadikan sebagai alat untuk mengetahui keberhasilan atau kegagalan dakwah yang dijalankan oleh seseorang di media sosial. Berikut ini beberapa contoh komentar atas postingan yang dibagikan:

**Tabel 4 Ragam Komentar**

No	Konten	Komentar Follower	Jawaban
1	5-2-24 (apresiasi atas jamaah umrah)	Dari cara nulis amin-nya aja udah kelihatan ya ust...Karena beda nuls Aamiin dan Amin. Ok	Amiin ini yang paling bener, kalau transliterasi terserah yang nulis, yg penting maksudnya
2	8-3-24 (Perbaiki hubungan dengan Ar-Razzaq)	Bismillah saya mau	Alhamdulillah sudah dikirim ya di dm, silahkan di cek
3	Hampir semua konten	Ustadz idolak (Apresiasi)	-
4	Hampir semua konten	Sholawat, Masya Allah, Subhanallah, Tabarakallah	-
5	Hampir semua konten	Likes, Siap ustad, Ok Ustad dst	-

Berangkat atas ragam komentar di atas, dapat dipahami bahwa ustad Muzammil tidak merespon komentar follower yang sifatnya apresiasi, ungkapan indah, dan kesediaan. Adapun komentar follower yang membutuhkan respon dijawab melalui pesan yang dikirim beberapa pengikut instagramnya. Jawaban

atau respon tersebut tentunya hanya pada komentar yang membutuhkan *feedback*. Jawaban komentar dituturkan dengan menggunakan bahasa yang baik. Testimoni dan reaksi atas dakwah yang dijalankan merupakan realitas yang dapat dinilai dalam berdakwah. Dengan demikian, mengemas, merespon atas komentar yang muncul dalam setiap unggahan merupakan PR tersendiri bagi da'i yang berdakwah menggunakan media sosial, dan hal tersebut telah dijalankan oleh ustad Muzammil sebagai pemilik akun.

Kembali pada konten dakwah Ustad Muzammil Hasballah di akun instagram @muzammilhb, (Desember 2023 s.d Maret 2024) terdapat 52 konten. Dari jumlah tersebut, menurut peneliti, postingan yang termasuk dalam konten atau materi dakwah menurut peneliti sejumlah 14 materi dakwah dengan perincian sebagai berikut:

**Tabel 5 Konten Dakwah @muzammilhb**

No	Tanggal	Konten Dakwah	Jumlah Komentar
1	2-12-2023	Ajakan untuk bertaubat	142 komentar
2	8-12-2023	Pentingnya berdoa dan memohon ampunan kepada Allah	35 komentar
3	18-12-2023	Pentingnya tidur (istirahat) tidak terlalu larut	646 komentar
4	20-12-2023	Keberadaan Allah dalam kehidupan	140 komentar
5	23-12-2023	Anjuran membaca ayat kursi setelah sholat	1849 responses
6	26-12-2023	Anjuran membaca Sayyidul istighfar atas dosa yang dilakukan	36 komentar
7	31-1-2024	Motivasi untuk bersatulah (Ukhuwah Islamiyah)	24 komentar
8	2-2-2024	Anjuran bersholawat kepada Nabi Muhammad SAW	34 komentar
9	4-2-2024	Anjuran membaca doa " <i>Bismillahi la yadhurru ma'a ismihi syaiun fil ardhi wa la fissama'i wa huwal azizul hakim</i> "	70 komentar
10	28-2-2024	Pentingnya mengelola waktu	293 komentar
11	3-3-2024	Semangat berkarya untuk menjadi yang terbaik	325 komentar

12	8-3-2024	Memperbaiki hubungan dengan Ar-Razzaq (Yang Maha Pemberi Rizqi)	232 komentar
13	15-3-2024	Anjuran membaca ayat <i>Laqad jaakum rosulun min anfusikum azizun alaihim aittum ...</i>	72 komentar
14	18-3-2024	Dorongan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi	133 komentar

Penyerapan mad'u terhadap konten di atas beragam. Ada respon positif dan ada pula yang biasa saja. Perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kedalaman penyerapan materi dakwah. Penelitian ini sedikit mengulas tentang respon terhadap materi dakwah akun instagram @muzammilhb berdasarkan komentar dalam setiap postingannya. Dari tabel 3.3 diketahui bahwa respon terbanyak terhadap konten dakwah akun instagram @muzammilhb adalah anjuran membaca ayat kursi setelah sholat (1849 orang). Adapun komentar yang terbanyak adalah tema tentang pentingnya tidur (istirahat) di malam hari, dan tidak terlalu larut (646 orang).

### C. Klasifikasi Konten Dakwah Akun Instagram Ustad Muzammil Hasballah @muzammilhb

Dalam menjalankan kegiatan dakwah di media instagram, Muzammil memposisikan dirinya sebagai komunikator dengan menyampaikan pesan dakwah. Penyusunan materi dakwah dilakukan dengan pemilihan tema dan konten yang akan disampaikan. Sebagai komunikator sekaligus da'i, dirinya mempunyai tujuan agar pengikut instagramnya mampu memahami isi pesan yang disampaikan. Selain itu, pengaruh atas pesan diharapkannya merubah pengetahuan atau pemahaman, sikap dan perilaku komunikator (mad'u).

Berkaitan dengan hal tersebut, Muzammil menciptakan terjadinya sebuah interaksi antara dirinya dengan mad'u melalui komentar dan saling respon diantara dirinya dan pengikut instagramnya. Interaksi tersebut merupakan upaya menghubungkan antara materi yang disampaikan, dengan keberadaan mad'unya, Melalui media sosial ini, Muzammil mempengaruhi para pembaca, pendengar dan pemerhati konten yang diberikan. Melalui media sosial ini kesepahaman antara da'i dan mad'u dapat terbina.

Interaksi yang dibangun oleh Muzammil dalam berinstagram dapat dilihat dari cara distribusi pesan dan jawaban atas komentar yang disampaikan pengikut akun instagramnya. Dalam berdakwah di media instagramnya, Muzammil menjadikan konten dakwah sebagai nilai yang berharga, sehingga membuat kesan bahwa konten yang dibagikan merupakan hasil kerja serius. Perkataan, gambar, foto, video yang disajikan sangat menarik untuk dilihat dan dicermati.

Setiap pesan dalam dakwah pasti mempunyai maksud dan tujuan. Tujuannya dikembalikan kepada masing-masing yang mengeluarkan pesan tersebut (Da'i). Melalui pesan tersebut, seorang da'i dapat memberikan alih informasi kepada orang lain (mad'u). Dengan adanya proses tersebut, maka dapat dikatakan bahwa dalam penyampaian pesan dibutuhkan cara yang tepat dan sesuai dengan kondisi masing-masing obyeknya.

Diketahui, bahwa penyampaian pesan yang dilakukan oleh pemilik akun @muzammilhb berupa perkataan, teks, audio, dan video. Pemilihan cara penyampaian tersebut memberikan makna bahwa dirinya tidak monoton dengan satu pihan bentuk konten, melainkan dicampur antar masing-masing bentuk pesan, melihat realitas tersebut, maka dapat dikatakan bahwa ustad Muzammil menjalankan dakwah dalam beberapa metode, yaitu *bil lisan* (perkataan), *bil hikmah* (bijaksana), *bil kitabah* atau *bil qalam* (tulisan), dan dakwah *bil hal* (tindakan).

Ustad Muzammil melakukan dakwah melalui instagram dengan perkataan-perkataan yang baik, sesuai dengan ajaran agama. Perkataannya dikemas secara langsung dalam beberapa bentuk antara lain; adzan, bacaan doa, bacaan al qur'an, bacaan hadits, pidato. Kontennya juga berupa interaksi dengan obyek, berupa motivasi, nasihat, dan anjuran, serta larangan. Ragam dakwah *bil lisan* ini dapat diterima dan dinikmati oleh pengguna instagram, baik yang hanya melihat (*viewer*), maupun pengikut akun (*follower*).

Selain perkataan, Ustad Muzammil dipandang bijak dalam melaksanakan dakwah di akun instagramnya. Dirinya menggunakan metode dakwah *bil hikmah*

dalam beberapa hal, yang meliputi penyusunan konten yang tidak menyinggung dan merugikan berbagai pihak, dan kesantunan dalam menanggapi para viewer dan followernya. Sikap santunnya menumbuhkan simpati di banyak kalangan, tanpa terbatas oleh usia.

Adapun konten dengan tulisan yang dibagikan oleh akun @muzammilhb berupa ayat al-Qur'an, hadits, kata-kata mutiara, nasihat, duplikasi perkataan yang diucapkan, terjemah bahasa Indonesia, bahkan iklan produk dan jasa. Tulisan-tulisannya yang dibagikan dapat dilihat sebagai bentuk penyempurnaan atas dua metode dakwah di atas (bil lisan dan bil hikmah).

Dalam metode dakwah bil hal, ustad Muzammil melalui akun instagramnya menampilkan banyak sekali dalam video berupa simulasi dan tindakan nyata yang dapat dijadikan tauladan bagi pengikut akunnya. Video yang mencerminkan dakwah bil hal meliputi perbuatan amaliyah baik yang dilakukan. Hal ini dikemas semenarik mungkin, agar mempengaruhi pengguna yang dapat mengakses postingannya. Tanpa memaksa, Muzammil menyajikan fakta dan tips serta trik tentang tata cara ibadah, membaca al-qur'an, dan sebagainya.

Berdasarkan metode berdakwah yang dijalankan oleh ustad Muzammil di atas, diketahui bahwa tata cara berdakwahnya tidak dijalankan dengan asal-asalan, melainkan dengan pemikiran yang matang dan memperhatikan konsep dan teori berdakwah. Kebutuhan-kebutuhan dalam berdakwah di instagram dipersiapkan sebaik mungkin. Upaya untuk kesempurnaan konten juga sangat diperhatikan dalam rangka agar pesan dakwahnya dapat diterima dengan baik.

Adapun pesan dakwah ustad Muzammil dalam akun instagramnya @muzammilhb menurut peneliti dapat diklasifikasikan dalam tiga kriteria yaitu: aqidah, syariah, akhlak. Berikut ini klasifikasi dan contoh konten yang didapatkan dalam penelitian ini;

Tabel 6 Klasifikasi Konten Dakwah @muzammilhb

No	Materi Dakwah	Klasifikasi Konten Dakwah		
		Akidah	Syariah	Akhlak
1	Ajakan untuk bertaubat	V	Akidah	
2	Pentingnya berdoa dan memohon ampunan kepada Allah	V		
3	Pentingnya tidur (istirahat) tidak terlalu larut			V
4	Keberadaan Allah dalam kehidupan	V		
5	Anjuran membaca ayat kursi setelah sholat		V	
6	Anjuran membaca Sayyidul istighfar atas dosa yang dilakukan		V	
7	Motivasi untuk bersatulah (Ukhuwah Islamiyah)			V
8	Anjuran bersholawat kepada Nabi Muhammad SAW		V	
9	Anjuran membaca doa “ <i>Bismillahi la yadhurru ma’a ismihi syaiun fil ardhi wa la fissama’i wa huwal azizul hakim</i> ”		V	
10	Pentingnya mengelola waktu			V
11	Semangat berkarya untuk menjadi yang terbaik		V	
12	Memperbaiki hubungan dengan Ar-Razzaq (Yang Maha Pemberi Rizqi)	V		
13	Anjuran membaca ayat <i>Laqad jaakum rosulun min anfusikum azizun alaihim a nittum ...</i>		V	
14	Dorongan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi			V
Jumlah		4	6	4

Dari klasifikasi di atas diketahui bahwa dalam menyampaikan pesan dakwahnya, ustad Muzammil mencakup materi dakwah. Tidak ada

kecenderungan dalam memberikan materi dakwah dengan tema-tema khusus. Hal-hal yang disampaikan lebih disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapinya. Realitas sosial dirinya menjadi tema dalam berdakwah di instagram ustad Muzammil, bukan atas permintaan atau pesanan followernya.

Materi dakwah yang disampaikan tentunya akan mempengaruhi obyeknya. Perubahan mad'u pasca mendengar, melihat materi dakwah tidak lepas dari tiga hal, yaitu: 1) pengetahuan, 2) sikap dan 3) perilaku. Peningkatan pengetahuan mad'u terhadap materi baru merupakan harapan atas konten yang dibagikan. Meningkatnya pengetahuan yang dimiliki mad'u memberikan kepuasan tersendiri bagi pembagi pesan (da'i). Demikian juga perubahan sikap dan perilaku menuju kebaikan memberikan makna bahwa atsar dakwah muncul dalam proses dakwah. Hal ini mengindikasikan bahwa dakwahnya dapat diterima.

Lebih lanjut, ketiga perubahan dalam diri mad'u sebagai obyek dakwah dapat dijadikan sebagai parameter dalam menilai keberhasilan dakwah. Peningkatan pemahaman pastinya bagi seseorang yang belum pernah mengetahui materi yang disampaikan. Melalui informasi yang disampaikan seseorang akan mempunyai tambahan pemahaman dan pengetahuan tentang obyek, barang, atau kegiatan tertentu. Perubahan sikap dan perilaku mad'u setelah memanfaatkan materi dakwah membutuhkan contoh tauladan yang berkelanjutan. Namun, dalam perubahan mad'u yang paling penting adalah terbukanya pintu hidayah dari Allah SWT.

Dalam menyampaikan dakwah di media sosial instagramnya, Muzammil juga melakukan kolaborasi dengan beberapa tokoh, lembaga, kolega bisnis dan sebagainya. Realitas ini merupakan sebuah bentuk kerja sama yang dapat menyempurnakan konten yang dibagikan. Dalam konteks ini diketahui bahwa Muzammil melakukan terobosan untuk membuat kontennya tidak membosankan. Terdapat nuansa yang berbeda dengan selingan konten lain, di luar konten dakwah, sehingga membuat orang lain mendapatkan pemahaman

lain. Dorongan kolaborasi ini membuktikan bahwa jejaring dalam bermedia sosial sangat penting untuk akselerasi dan inovasi konten.

Salah satu contoh konten yang memperlihatkan kolaborasi adalah saat Muzammil mempromosikan toko minyak wangi di Madinah. Dirinya menyatakan dalam postingan tanggal 16 Maret 2024 “*Rekomendasi parfum enak disekitar masjid Nabawi, Follow me... Wangi itu sunnah Nabi, jadi kalau kita ngaku cinta sama Baginda Nabi SAW, maka kita harus suka apa yang disukai Rasulullah SAW... Dari gate 339 jalan sedikit ke depan, pas di depan gate 340, ini dia Ahmed Parfum....*” Konten instagram ini memberikan pemahaman bahwa ustad Muzammil mampu memilih kolaborasi dengan toko yang mempunyai hubungan dengan materi dakwah (dalam contoh ini tentang pentingnya penggunaan minyak wangi).

Kolaborasi yang dibangun tentunya mempunyai tujuan untuk perluasan jejaring yang telah dimilikinya. Dengan hubungan tersebut, tentunya ustad Muzammil dapat membina silaturahmi dan bermanfaat untuk dirinya. Proses membangun kolaborasi tentunya juga didasarkan pada kepentingan tertentu, yang dengannya akan memberikan kontribusi dalam kehidupannya.

**BAB IV**  
**ANALISIS KONTEN DAKWAH DALAM AKUN INSTAGRAM**  
**@muzammilhb**

**A. Analisis Klasifikasi Konten Dakwah Akun Instagram @muzammilhb**

Setelah paparan data yang disajikan dalam bab III, dalam bab ini peneliti menganalisa data yang telah didapatkan. Mengawali proses analisa yang dilakukan, menurut peneliti penggunaan instagram untuk berdakwah yang dilakukan oleh Ustad Muzammil Hasballah merupakan sebuah strategi dakwah. Hal ini sesuai dengan pendapat Al-Bayanuni yang mengungkapkan tentang dua komponen dalam strategi, yaitu adanya rencana tindakan dan adanya tujuan tertentu.<sup>62</sup>

Rencana tindakan yang dilakukan ustad Muzammil tentunya muncul setelah adanya keinginan untuk menggapai tujuan yang diharapkan. Tujuan-tujuan tersebut kemudian diidentifikasi dan dijalankan tahapan yang dapat merealisasikan tujuannya. Pemilihan media sosial instagram untuk kegiatan dakwah merupakan pilihan ustad Muzammil pasca dirinya membandingkan untuk menggunakan aplikasi media sosial. Pemilihan tersebut tentanya telah melalui pemikiran Panjang. Melalui media sosial, seseorang tidak harus keluar rumah untuk berinteraksi dengan orang lain secara langsung. Dari rumah seseorang dapat mengakses materi dakwah yang disenangi.<sup>63</sup>

Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah cukup signifikan perkembangannya. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah dan penerasan penggunaan media sosial di Indonesia, dimana semua orang mampu mengakses *smartphone* dengan berbagai fitur dan aplikasi. Mereka dengan mudah

---

<sup>62</sup> Moh Ali Aziz, (2004), *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana), hlm. 350-351

<sup>63</sup> Elysia Yuli Astuti, Lola Fitriyah Rohmatun Nisa, Indrika Sari, (2021), “Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah di Kalangan Masyarakat”, dalam *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol-2 No.2

mengakses dan melihat nilai-nilai, budaya, peradaban masyarakat lain secara mudah. Tidak ada jarak pemisah, baik ruang maupun waktu.<sup>64</sup>

Selain kepentingan di atas, diketahui, bahwa media sosial dapat menjadi *self branding* atau merek diri seseorang.<sup>65</sup> Ustad Muzammil memperkenalkan akun instagramnya kepada masyarakat luas yang kemudian banyak diantara mereka yang menjadi *follower* (pengikut) instagramnya. Instagram merupakan media yang menguatkan dan merepresentasikan profil Ustad Muzammil sebagai seorang konten kreator atau da'i melalui media instagram. Dirinya menggunakan dan melakukan usaha sungguh-sungguh dalam bermedia sosial dengan mengunggah konten baik yang dipahami sebagai konten atau materi dakwah.

Dalam profil instagram @muzammilhb, dirinya menggunakan fitur profil berupa **Qur'an Reciter, Architect**. Hal ini menunjukkan bahwa dirinya memiliki kecenderungan dalam bidang tilawatul qur'an dan arsitek. Sebagai konten kreator yang berfokus pada al qur'an dan arsitek, tentunya konten yang dihasilkan tidak adkan keluar dari dua jalur tersebut. Makna yang tersirat menunjukkan bahwa dalam kehidupan dirinya, Muzammil memilih untuk menjadi seorang arsitek yang selaras dengan ayat al-quran sebagai pedomannya.

Melalui media instagram, Ustad Muzammil mampu melaksanakan strategi dakwah dengan *bil hikmah* (cara yang bijak). Pemilihan media instagram disesuaikan dengan kondisi atau keadaan objek dakwahnya. Penggunaan metode bijaksana ini dipahami sebagai dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi informatika, tuntutan kebutuhan, dan sesuai dengan situasi dan kondisi obyek. Efektivitas dakwah melalui

---

<sup>64</sup> Felix Y. Siauw, (2018), *How to Master Your Habits*, (Jakarta: Al Faith Press, Cet-I), hlm 122

<sup>65</sup> Arif Rohmadi, (2016), *Tips Produktif Bersosial Media*, (Jakarta: PT. Elex Media, Cet-I) hlm.3

konten audio-visual dipandang lebih baik, karena mad'u dengan mudah dapat menangkap isi materi dan kandungan nilai-nilai kebaikan yang dishare.<sup>66</sup>

Ustad Muzammil mengelola instagramnya dengan cara menyelaraskan materi dakwah dengan mengkonsep audio visual dalam setiap kontennya. Kreativitas dalam memproduksi konten audio visual (video) menarik bagi orang lain yang bisa mengaksesnya. Pengemasan yang baik membuat orang lain tidak bosan dan menikmati “karya dakwahnya”. Setelah melihat konten yang menarik tersebut, semua pengikutnya dapat mengambil pembelajaran dan hikmah atas kandungan pesan yang disampaikan. Dengan terserapnya kandungan konten tersebut, pada akhirnya terdapat kepuasan tersendiri manakala proses “berbagai” tersebut berjalan sesuai tujuan yang telah dicanangkan.

### **1. Analisis Klasifikasi Konten @muzammilhb**

Mencermati klasifikasi konten instagram @muzammilhb dalam bab III, diketahui bahwa tidak semua konten yang dimasukkan merupakan materi dakwah. Konten tersebut disampaikan dengan berbagai cara dengan tujuan yang berbeda. Masing-masing konten diarahkan untuk tujuan yang pemilik akun tersebut yang mengetahui. Walaupun demikian, pengguna instagram dapat memprediksi kemauan dan tujuan pembagi konten tersebut (*common sense*).

Dalam perspektif peneliti banyak konten yang terdapat dalam akun instagram ustad Muzammil mempunyai tujuan yang notabene bukan berdakwah semata. Terdapat iklan, kuis, dan konten pribadi yang disampaikan kepada pengikutnya. Munculnya konten tanggal 1 desember 2023, tentang ajakan untuk beribadah umrah atau haji menggunakan @millahtour.id merupakan bentuk iklan untuk mengajak orang yang beribadah menggunakan biro jasa tour & travelnya. Konten tanggal 2 januari 2024 tentang songkok presiden juga merupakan

---

<sup>66</sup> Munzier Suparta dan harjani Hefni, (2003), *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, Cet- I) hlm. 12-13

promosi terhadap peci merek presiden. Konten tanggal 4 Maret 2024 merupakan tampilan foto keluarga Muzammil.

Konten promosi produk di akun instagram @muzammilhb dapat dapat berfungsi sebagai; *testimonial*, *endorsement*, *actor*, dan *spoken person*.<sup>67</sup> Dari 4 fungsi tersebut, menurut hemat peneliti ustad Muzammil dapat diposisikan sebagai *endorsement*, *actor* dan *spoken person*, yaitu metode promosi yang dilakukan untuk mempromosikan sebuah produk dari online shop. Sebagai publik figur, Muzammil mempunyai banyak pengikut, sehingga keberadaannya dipandang mampu mempengaruhi daya tarik pembeli dalam memberi barang yang dipromosikan. Postingan yang diisi dengan iklan produk dan jasa tersebut merupakan Langkah untuk mendapatkan keuntungan usaha.<sup>68</sup>

Selain promosi barang dan jasa, konten yang dibagikan dalam akun tersebut juga berisi ajakan untuk mengikuti kajian sholat (23 Pebruari 2024). Dari beberapa konten di atas, dapat dipahami bahwa tidak semua konten yang ada di akun @muzammilhb berdasarkan pada kebutuhan followernya. Realitas ini membersitkan pemahaman bahwa dalam mengelola akunnya, ustad Muzammil jelas-jelas memiliki kecenderungan atau motif untuk kepentingan pribadi, bukan untuk kepentingan orang lain.

Walaupun demikian, hal menarik yang dapat diambil hikmah adalah adanya penggabungan konten yang dibagikan. Ustad Muzammil mampu memilah dan mamilih konten yang mempunyai relevansi dengan ajaran agama. Konten promosi barang dan jasa yang ditawarkan mempunyai hubungan erat dengan pelaksanaan ibadah. Berikut digambarkan konten promosi yang berhubungan dengan ajaran agama:

---

<sup>67</sup> Rama Kertamukti, (2015), *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada) hlm. 7-8

<sup>68</sup> Rusmana Santi Ristauli Hutagaol dan Feby Aulia Safrin, (2022), “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening”, dalam *JOSR: Journal of Social Research*, Vol 1 (7), hlm. 761-772

**Tabel 7 Postingan Promosi yang Berhubungan dengan Ibadah**

No	Tanggal	Promosi	Keterangan
1	1-12-2023 5-2-2024 14-2-2024 17-3-2024	@millahtour.id	Promosi untuk haji dan umrah melalui biro jasa yang dimiliki ustad Muzammil
2	10-12-2023	@quran_nadira.id	Promosi untuk mengikuti akun yang memiliki lingkup desain al-qur'an
3	2-1-2024	Songkok presiden	Songkok digunakan untuk beribadah, dan melambangkan kealiman seseorang
4	23-2-2024	Kajian sholat	Pelatihan berbayar untuk ibadah sholat
5	16-3-2024	Ahmed Parfum	Minyak wangi untuk beribadah

Dari lima postingan promosi atau digital marketing di atas menggambarkan bahwa Muzammil memilih produk yang dipromosikan yang ada kaitannya dengan pelaksanaan ibadah dan keagamaan. Makna yang didapatkan adalah terdapat relevansi materi dakwah dan aspek ekonomi. Ustad Muzammil memilih lahan bisnisnya dengan produk yang berhubungan dengan implementasi ajaran agama. Pembelajaran yang dapat diambil sebagai bentuk analisa peneliti adalah: 1) Ustad Muzammil sangat mahir dalam menjalankan eksistensinya sebagai tokoh agama dengan mempunyai bisnis atas barang-barang yang dibutuhkan seseorang dalam menjalankan ibadahnya. 2) Bisnis yang dijalankan ustad Muzammil akan bertahan lama, karena produk yang dimilikinya akan "laku" seiring dengan eksistensinya sebagai tokoh agama. Basic obyek dakwah yang dimilikinya sekaligus dapat dijadikan sebagai konsumen atas barang yang ditawarkannya.

Selain dijadikan sebagai materi dakwah dan promosi, terdapat beberapa postingan yang notabene bagian dari postingan pribadi untuk menunjukkan eksistensinya. Postingan ini dirasa sebagai cara untuk mendekatkan dirinya dengan follower atas akun @muzammilhb. Beberapa postingan yang sifatnya pribadi dalam konten instagram periode Desember 2023 s.d 31 maret 2024 adalah:

**Tabel 8 Postingan yang Berhubungan dengan Personal / Pribadi Muzammil**

No	Tanggal	Konten / Keterangan
1	7-1-2024	Menonton debat presiden di Madinah. Foto yang ditampilkan menunjukkan diri Ustad Muzammil yang menikmati aktivitas menonton debat presiden yang ada di tanah air
2	25-2-2024	Gambaran tentang kunjungannya pertama kali ke masjid As-Salam HQ Biensi (Green Light)
3	4-3-2024	Gambaran berfoto dengan keluarga besar Ustad Muzammil di Bandar Cengkareng
4	11-3-2024	Gambaran tentang jadwal tarawih yang dimiliki ustad Muzammil selama Ramadhan 1445 H
5	14-3-2024	Sedang membaca al Qur'an di Masjid Nabawi

Dari tabel di atas diketahui bahwa ustad Muzammil juga mengunggah aktivitas pribadinya dalam konten akun instagramnya. Unggahan ini diyakini bukan untuk menampakkan aktivitas dengan tujuan kesombongan, namun sebagai informasi kepada followernya tentang aktivitas yang sedang dijalankan. Dari postingan yang dibagikan, diketahui bahwa Ustad Muzammil mempunyai jadwal kehidupan yang padat. Hidupnya diwarnai dengan kehidupan ibadah haji dan umrah. Hal ini wajar, mengingat dirinya mempunyai biro tour dan travel @millahtour.id yang senantiasa memberangkatkan haji dan umroh dalam waktu yang ditentukan.

Selain itu, padatnya aktivitas tarawih di bulan Ramadhan 1445 menunjukkan bahwa keberadaan dirinya dalam penyebaran dakwah dijalankan tidak hanya di dalam negeri, melainkan juga di luar negeri. Kondisi ini membersitkan pemahaman bahwa dalam berdakwah, ustad Muzammil merupakan imam sholat tarawih sekaligus pendakwah yang jangkauannya sangat jauh. Lagi-lagi hal ini membuktikan bahwa kesibukan hariannya membutuhkan tenaga dan kekuatan ekstra. Hebatnya lagi adalah, disela-sela kesibukannya, aktivitas di media sosial instagram tetap dijalankan dengan memposting konten-konten yang bermanfaat untuk orang lain.

## **2. Analisis Klasifikasi Konten Dakwah @muzammilhb**

Terdapat 14 konten dakwah pada akun instagram selama periode yang ditentukan dalam penelitian ini. Masing-masing konten mempunyai muatan dan tujuan yang berbeda. Namun, secara umum dapat dikatakan bahwa penyusunan konten instgramnya disamakan dengan tujuan yang ingin dicapai dalam berdakwah.

Akun instargam @muzammilhb yang telah diikuti oleh lebih dari 4,6 ribu menunjukkan bahwa dirinya telah dikenal oleh banyak orang. Pengikut yang tidak sedikit menunjukkan bahwa konten yang dibagi oleh akun ini diminati oleh kebanyakan orang. Masyarakat yang menjangkau akun tersebut merupakan target dakwah yang dijalankan. Sebagai target dakwah seyogyanya Muzammil memahami dan mengerti keinginan dan kecenderungan pengikutnya.

Kegiatan memposting konten dakwah di akun instagram @muzammilhb tentunya melalui persiapan dan perencanaan matang. Munculnya tayangan perkataan, teks, dan video tentunya membutuhkan personil lain sebagai konseptor (penulis skenario), aktor, *camera person*, editor, dan promo siar. Semua personil ini tentunya yang memberikan sumbangsih dalam kegiatan dakwah di akun instagram. Dari sisi ini berarti dakwah yang dijalankan di media sosial membutuhkan personil yang mempunyai keahlian di bidang *broadcasting*.

Dalam proses penyebaran dakwah menggunakan media sosial instagram, seorang da'i bebas menyampaikan materi dakwahnya. Namun, mengemas materi menjaadi menarik merupakan tantangan yang tidak dapat diabaikan begitu saja. Nyatanya, banyak seseorang yang menyampaikan dakwah melalui media dipandang sosial gagal. Kegagalan berdakwah di media sosial disebabkan kurang menariknya isi atau konten materi yang disampaikan.

Terkait dengan berdakwah di media sosial, menurut Lynell Burmark bahwa manusia secara alamiyah lebih mengingat pesan yang disampaikan secara visual dibanding tekstual. Hal ini dikarenakan

melalui pesan visual, obyek dakwah atau mad'u dapat melibatkan emosinya. Melalui gambaran visual bisa mengingatkan dengan jangka waktu yang cepat, dan melalui video dan foto bisa mengantarkan pada memori jangka panjang, dan susah untuk melupakannya.<sup>69</sup> Dengan minimnya lupa tersebut, pada akhirnya mad'u menjadi teringat akan materi dakwah yang telah diduplikasinya, sehingga diharapkan dapat diaplikasikan dalam kehidupan kesehariannya.

Hal ini selaras dengan distribusi Muzammil Hasballah dalam menyampaikan kontennya melalui akun instagramnya. Konten audio visual yang dibagikan memberikan jalan bagi pengikutnya untuk mengerti kandungan pesan dengan mudah, dan teringat selalu. Kualitas gambar yang bagus tentunya membutuhkan alat-alat produksi media yang mumpuni dan selalu up-date dengan perkembangan teknologi media.

## **B. Analisis Isi Konten Dakwah Akun Instagram @muzammilhb**

Dalam penampilan konten akun Instagram @muzammilhb menunjukkan adanya kelengkapan dan sisi kemenarikan. Kerapihan akun profil, optimalisasi figur Instagram, unggahan konten (perkataan, teks, audio-video) merupakan bukti atas asumsi tersebut. Menyoroti hal ini, dapat dikatakan bahwa ustad Muzammil sangat serius dan mempunyai perencanaan dan persiapan yang matang untuk memproduksi kontennya.

Ustad Muzammil menampilkan kualitas gambar dan kerativitas dalam setiap konten yang dibagikannya. Para pengikutnya akun instagramnya menikmati dan dapat mengambil pelajaran atas konten tersebut. Dengan diterimanya konten tersebut meminimkan komentar negatif, sekaligus memberikan respon positif dalam setiap postingan yang dibagikan.

Di atas, telah dipaparkan bahwa klasifikasi pesan dalam konten akun instagram @muzammilhb tidak hanya berisi materi dakwah. Kondisi ini tetap

---

<sup>69</sup> Felix Y. Siauw, (2018), *How to...* hlm. 107

tidak ada resistensi untuk memberikan predikat pada Muzammil sebagai ustad atau pendakwah di media sosial. Profil diri dan kegiatannya yang tidak lepas dari urusan agama Islam menjadikan dirinya tetap dipandang sebagai pelaku dakwah yang mempunyai nilai-nilai positif dan dapat dijadikan sebagai tauladan bagi umat dan masyarakat.

Berikut ini dipaparkan hasil analisis isi terhadap materi dakwah yang dibagikan pada akun @muzammilhb:

**Tabel 9 Konten 1**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
2-12-2023	Taubat	Muzammil: Quotes untuk taubater dari Allah, kayaknya ayat ini related dech: “Bilang sama hamba-hambaku yang melampui batas pada sama diri mereka sendiri, <b>jangan putus asa pada rahmat Allah..</b> ”

Konten di atas merupakan materi dakwah tentang larangan dalam berputus asa terhadap rahmat Allah. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam al-qur'an surat Az Zumar: 53. Dewasa ini, seiring dengan kompleksitas persoalan yang dihadapi masyarakat, banyak diantara mereka yang menyerah dalam kehidupannya, berputus asa, bahkan sampai bunuh diri. Padahal jelas-jelas ini merupakan larangan Allah SWT, bahkan sangat dibenciNya. tema di atas menginformasikan bahwa Muzammil mendorong untuk bertaubat bagi mereka yang pernah dilanda putus asa dalam hidupnya.

Dalam persepektif peneliti, munculnya tema ini dilatarbelakangi oleh adanya realitas, dimana banyak orang yang menyerah terhadap kehidupannya. Putus asa adalah emosi atau perasaan yang ditandai dengan kurangnya harapan, optimisme, dan gairah. Kata putus asa dalam al qur'an dimaknai *ya'isa*, *qanata*, dan *balasa*. Dalam al-qur'an terdapat 24 kali yang mengandung putus asa, yang termaktub dalam 16 surat (*ya'isa* = 13 kali, *qanata* = 6 kali, dan *balasa* = 5 kali).<sup>70</sup> Terdapat 5 jenis putus asa dalam al-Qur'an, yaitu: 1) putus asa terhadap Rahmat

<sup>70</sup> Muhammad Fuad Abdul Baqi (tt), *Al Mu'jam al Mufaharas li Alfadz Al Qur'an al Karim*, (Beirut: Dar- al Fikri) hlm. 22-23

Allah, 2) putus asa karena nikmatnya dicabut, 3) putus asa terhadap keberadaan negeri akhirat, 4) putus asa ketika ditimpa musibah, dan 5) putus asa terhadap putusan yang dianggap tidak adil.<sup>71</sup>

**Tabel 10 Konten 2**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
8-12-2023	Doa mohon ampunan	Teks: <b>Multazam tempat makbul untuk berdo'a</b> (diselingi bacaan tahiyyat akhir)

Multazam merupakan salah satu tempat yang mempunyai keistimewaan di Masjidil Haram. Multazam (tempat memeluk) merupakan dinding ka'bah yang berada diantara hajar aswad dan pintu ka'bah. Tempat ini menjadi favorit bagi jamaah umroh dan haji untuk berdo'a. Ada hadits yang menyatakan tentang keistimewaan tempat ini untuk berdo'a. Lantunan doa yang dilakukan di sini tidak akan ditolak.

Dalam persepektif peneliti, dipilihnya tema Multazam dalam dakwah di akun @muzammilhb merupakan informasi sekaligus dorongan kepada pengikutnya agar mempunyai niat umroh dan berdo'a di Multazam. Pengabulan do'a di sini merupakan sabda rasul dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Al Baihaqi dari Ibnu Abbas: "Antara rukun aswad (sudut tempat adanya hajar aswad) dan pintu ka'bah disebut Multazam, tidak ada orang yang minta sesuatu di Multazam melainkan Allah mengabulkannya"

**Tabel 11 Konten 3**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
18-12-2023	Jangan begadang	Muzammil: <b>Kalian tim tidur cepat atau suka begadang?</b> Ternyata Allah bilang (Wa jaalna Laila libasa = Dan kami jadikan malam sebagai pakaian (untuk istirahat)) + (Wajaalna nahara ma'asya= dan Kami jadikan siang untuk mencari kehidupan) Begadang jangan

<sup>71</sup> Masrul Anam, (2022) "Eksplanasi Sebab-sebab Putus Asa Menurut Al-Qur'an", dalam *Jurnal Al-I'jaz*, Vol 4, No.1, hlm. 110

		begadang, kalau tiada artinya, Sunnah nabi <b>boleh begadang kalau 1) ada urusan mendesak, 2) begadang untuk ilmu, 3) untuk nyenengin pasangan</b>
--	--	--

Kata begadang dalam konten dakwah di atas menurut KBBI adalah berjaga tidak tidur sampai larut malam.<sup>72</sup> Konten ini menginformasikan bahwa begadang dengan alasan yang tidak dapat dibenarkan merupakan larangan. Nyatanya, begadang boleh dilakukan dengan alasan yang dibenarkan. Begadang dihukumi makruh apabila diisi dengan kegiatan-kegiatan yang tidak mempunyai manfaat, seperti main game, nongkrong dan sejenisnya. Begadang malah menjadi haram apabila diikuti dengan maksiyat, seperti minum-minuman keras, judi dan kemasiatan lainnya.<sup>73</sup>

Terdapat dampak negatif dari aktivitas begadang, antara lain: meningkatkan kadar gula dalam darah, memicu penyakit kronis, menurunkan konsentrasi, menurunkan sistem imun dalam tubuh, menyebabkan stress.<sup>74</sup> Atas dampak negative yang ditimbulkan atas begadang tersebut, jelas bahwa konten dakwah @muzammilhb diarahkan untuk mengurangi kegiatan begadang demi menjaga stabilitas tubuh, kegiatan, dan upaya meminimalisir kriminalitas.

**Tabel 12 Konten 4**

Tanggal	Tema	Konten Dakwah
20-12-2023	Keberadaan Allah	Sedih itu identik dengan <b>kesepian, kesendirian</b> . Sumber kesedihan perasaan gak dibersamai, padahal Allah bilang (La Tahzan, Innallah ma'ana = Jangan kamu bersedih,

<sup>72</sup> <https://kbbi.web.id/begadang>, diakses tanggal 20 Maret 2024

<sup>73</sup> Ahmad Afandi, (2023), "Kebiasaan Begadang pada Remaja dalam Perspektif Hadis (Kajian hadis Tematik)", dalam *Digital library UIN KHAS Jember*. Dikutip dari <https://digilib.uinkhas.ac.id/26617>, Diakses tanggal 20 Maret 2024

<sup>74</sup> [https://yankes.kemkes.go.id/view\\_artikel/686/stop\\_begadang](https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/686/stop_begadang), diakses tanggal 20 Maret 2024

		sungguh Allah Bersama kita) <b>Curhat saja sama Allah</b>
--	--	---

Kata-kata kesepian, kesendirian yang dimaksud dalam akun @muzammilhb merupakan dorongan agar tidak terjerumus pada konten sebelumnya (putus asa). Kesendirian dan kesepian yang menghinggapi seseorang disebabkan pikiran pribadi yang “menghilangkan keberadaan Allah”. Padahal, Allah selalu ada dalam kehidupan manusia. Makna tersirat dari kata-kata di atas adalah larangan merasa sendirian yang akhirnya menyebabkan keputus asaan. Problem masyarakat di era kekinian adalah munculnya rasa terasing dari lingkungan sosial, masyarakat dan lainnya.<sup>75</sup>

Hal menarik lainnya dari konten ini adalah kata-kata Curhat saja sama Allah. Hal ini mempunyai makna bahwa Allah merupakan dzat yang baik untuk dijadikan sebagai pendengar keluh kesaha manusia. Menghadirkan Allah dalam setiap kehidupan dapat dilakukan melalui dzikir. Dalam lantunan dzikir dan doa, Allah akan memberikan nilai kehidupan yang baik, dan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi. Allah akan mengangkat masalah yang dihadapi, dan berjanji kalau manusia mengingat Allah, maka Dzat Allah akan mengingat manusia.

Terdapat tujuh bentuk dzikir dalam tasawuf. Pertama, Dzikir *bil lisan* (membaca nama-nama Allah menggunakan lisan), kedua, dzikir *bi an nafs* (mengingat Allah melalui penciptaan tubuh yang sempurna), ketiga *dzikir al-qalb* (mengingat Allah dengan perenungan hati), keempat *dzikir al ruh* (mengingat Allah dengan cara menembus cahaya ilahiyah), kelima, *dzikir al-sirr* (Mengingat Allah dengan mendapatkan pengungkapan rahasia Ilahi), keenam, *dzikir khafi* (berdzikir dengan penglihatan cahaya keindahan), dan ketujuh *dzikir akhfa' al khafi* (Mengingat Allah melalui penglihatan realitas atas kebenaran mutlak).<sup>76</sup>

<sup>75</sup> Ahmad Mahmud, (2016), *Dzikir dan Pikir: Menuju Transformasi Diri*, (Yogyakarta: Suhuf) hlm. 220

<sup>76</sup> Khoirul umam, (2011), *Konsep Dzikir Menurut Al-Maraghi*, (Jakarta: Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), hlm. 34-35

Tabel 13 Konten 5

Tanggal	Tema	Konten Dakwah
23-12-2023	Ayat kursi setelah sholat	Teks: <b>Emang boleh? Ngerenungin AYAT KURSI senikmat ini?</b> Diiringi lantunan ayat kursi

Ayat Kursi merupakan bagian dari al-Qur'an yang terdapat dalam Surat Al Baqarah: 255. Ayat kursi ini mempunyai kandungan yang agung dalam setiap kata yang terangkai. Dalam ayat ini, Allah menyatakan Dzat-nya sebagai yang Esa, dan tiada dzat lain yang boleh disembah, kecuali Dia. Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Abu Hamid Bin Muhammad al Ghazali "Ayat kursi merupakan ayat yang diberkahi, tidak ada ayat yang dapat menyingkirkan bencana, menghilangkan kesedihan lebih cepat kecuali ayat ini (kursi)".

Materi dakwah untuk merenungi ayat kursi sejalan dengan hadits Nabi di atas, Keistimewaan yang terdapat dalam ayat kursi ini tidak hanya enak untuk didengarkan, tetapi juga khasiat yang ditimbulkan bagi pembacanya. Amalan ayat kursi setelah sholat merupakan anjuran yang baik untuk dijalankan. Pengamalan ayat kursi ini memberikan manfaat yang positif bagi pembaca, pendengar, dan pengamalnya.

Tabel 14 Konten 6

Tanggal	Tema	Konten Dakwah
26-12-2023	Sayyidul istighfar	Lantunan: " <i>Allahuma anta rabbi, la ilaha illa anta, Khalaqtani wa ana abduka Wa ana ala 'ahdika wa wa'dika mastatho'tu, 'Audzubika min syarri ma sona'tu, abu'u laka binikmatika alayya, wa abu'u bidanbi, Faghfirli, Fainnahu la yaghfiru dunuba illa anta</i> "

Konten tentang membaca doa yang disebut *sayyidul istighfar* merupakan perintah dari nabi Muhammad SAW untuk memohon ampunan kepada Allah. Dengan membaca *sayyidul istighfar* ini, ustad Muzammil mengajak pengikutnya

untuk ingat akan pentingnya meminta ampun kepada Allah SWT. Dengan ampunan yang Allah berikan, maka kebahagiaan dunia-akhirat akan dicapai.

Terdapat banyak sekali manfaat bagi seseorang yang membaca doa ini. Beberapa manfaat ini dituturkan oleh Rostam Effendi: 1) mendapatkan jaminan masuk surga, 2) mendapatkan ampunan atas dosa yang telah dilakukan, 3) mendapatkan kelapangan rezeki, 4) mendapatkan rahmat dari Allah, 5) mendapatkan keberuntungan yang beruntun, 6) doanya dikabulkan.<sup>77</sup> Dari banyaknya manfaat yang didapatkan setelah membaca doa ini, maka peneliti mamprediksi bahwa niatan Muzammil saat mengingatkan untuk membaca do aini adalah untuk memotivasi pengikut instagramnya dalam mendapatkan rahmat dan ampunan dari Allah.

**Tabel 15 Konten 8**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
31-1-2024	Ukhuwah Islamiyah	Lantunan surat Al Hasyr:10

Analisa yang dapat ditangkap dari ayat ini adalah keinginan Muzammil untuk eksis membagi lantunan ayat suci yang dibawakannya. Mendapatkan pahala bagi siapa saja yang secara khusus' mendengarkan merupakan capaian dari keinginan pembagi konten. Selain pahala, hal lain yang diinginkan oleh Muzammil sebagai pemilik akun Instagram adalah dorongan untuk menjaga ukhuwah Islamiyah, dengan memedomani surat Al Hasyr:10 tersebut.

**Tabel 16 Konten 9**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
2-2-2024	Bersholawat kepada Nabi Muhammad SAW	Lantunan surat Al Ahzab: 56

<sup>77</sup> Dikutip dari [www.kepri.kemenag.go.id](http://www.kepri.kemenag.go.id), diakses tanggal 27 Maret 2024

Sama seperti konten sebelumnya, analisa yang dapat ditangkap dari ayat ini adalah keinginan Muzammil untuk eksis membagi lantunan ayat suci yang dibacanya. Dirinya berkeinginan untuk mendapatkan pahala membaca dan membagi kebaikan, sementara pendengarnya mendapatkan pahala dari kegiatan mendengarkan lantunan al-qur'an. Selain pahala, hal lain yang diinginkan oleh Muzammil sebagai pemilik akun instagram adalah dorongan untuk selalu membaca sholawat kepada Nabi Muhamamad sebagaimana perintah yang terdapat dalam Surat Al Ahzab: 56 di atas.

**Tabel 17 Konten 10**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
4-2-2024	Doa <i>“Bismillahi la yadhurru ma’a ismihi syaiun fil ardhi wa la fissa’ma’i wa huwal azizul hakim”</i>	Muzammil: <b>Jangan pernah tinggali doa ini</b> kalau mau Allah jaga seharian dari semua bahaya

Kandungan konten ini merupakan pengingat kepada semua pengikutnya untuk selalu berdoa (Dengan nama Allah yang bila disebut, segala sesuatu yang ada di bumi dan di langit tidak akan berbahaya. Dia-lah yang Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui). Doa ini merupakan matan hadits yang diriwayatkan oleh Abu Dawud, At Tirmidzi, dan Ibnu Majah. Keistimewaan doa ini adalah meminta perlindungan kepada Allah dalam setiap waktu.

**Tabel 18 Konten 11**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
28-2-2024	Mengelola waktu	Teks: Setiap waktu yang kita gunakan akan ditanya dan dipertanggungjawab kan. <b>Allah</b>

		<b>beri waktu kita 24 jam adakah yang digunakan untuk memperbaiki amalan?</b>
--	--	---

Menurut hemat peneliti, konten di atas merupakan kata sindiran yang diberikan oleh Muzammil. Namun, bukan untuk “nyinyir”, melainkan peringatan dan motivasi untuk memanfaatkan waktu sebaik mungkin. Tujuan sindiran tersebut adalah adanya perubahan dalam diri kita semua untuk memperbaiki amalan. Hal ini merupakan kepentingan umat Islam agar beruntung dalam kehidupannya. Memperbaiki amalan dan ibadah adalah tuntutan Allah yang diberikan kepada manusia.

Konten ini berisikan dua buah pesan, yaitu mengelola waktu sebaik mungkin, dan memproyeksikan waktu yang ada untuk meningkatkan kebaikan yang telah dilakukan, baik dalam bidang ibadah, maupun muamalah. Mengelola waktu berhubungan dengan manajemen durasi, sementara mengelola kebaikan merupakan wujud manajemen kegiatan yang dilakukan. Dua hal ini saling berkaitan, dimana pengelolaan waktu yang baik untuk kebaikan dan memperbagus amalah merupakan kebutuhan manusia, agar mendapatkan kebahagiaan dunia-akhirat.

**Tabel 19 Konten 12**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
3-3-2024	Menjadi yang terbaik	Muzammil: <b>Cowo hobby mageran?</b> (Rugi Donk)...Pria sejati gak kenal kata malas, mereka hidup dengan semangat untuk berkarya, <b>Go Out side... jangan takut menghadapi tantangan</b> , Nikmati aja, karena hidup adalah sebuah petualangan, Keluar ! temui duniamu dan jadilah versi terbaik dari dirimu, <b>Find Your spirit !</b>

Konten ini bisa dipasti berangkat dari realitas sosial, dimana anak muda laki-laki banyak yang memiliki kemalasan lebih tinggi dibanding perempuan.

Konten dakwah ini merupakan motivasi kepada anak muda laki-laki untuk bergerak dan tidak bermalas-malasan. **Mager** sebagai bentuk bahasa pergaulan kekinian berarti bermalas-malasan sambil tiduran.

Sebagai pengganti mager, saran dari konten ini adalah seorang laki-laki harus keluar rumah dan berani menghadapi masalah yang menghinggapinya. Dengan keluar rumah, tuntutan yang harus dipenuhi adalah mendapatkan hal terbaik yang dibutuhkan. Karena bagaimanapun juga, laki-laki adalah kepala keluarga, dan pastinya mempunyai tanggungjawab kepada orang tua, istri dan anak-anaknya.

*Find Your Spirit !* merupakan kata-kata perintah yang menurut hemat peneliti mempunyai makna yang dalam. Menemukan semangat baru di luar rumah merupakan hal penting yang harus dilakukan semua orang. Bukankah Allah telah memerintahkan juga kepada semua manusia untuk berjalan di muka bumi?. Proses perjalanan yang dijalankan itu dilatarbelakangi atas kebutuhan akan jati diri, juga *maisyah* (kebutuhan sehari-hari).

**Tabel 20 Konten 13**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
8-3-2024	Memperbaiki hubungan dengan Ar-Razzaq	Teks: Sibuk memperbaiki hidup, padahal yang rusak sholatnya. <b>Perbaiki hubungan sama Ar Razzaq</b>

Konten dakwah ini lebih pada pengungkapan pentingnya memperbaiki hubungan dengan Allah, Sang Maha Pemberi Rizqi. Pola memperbaiki hubungan dengan Allah dapat dijalankan melalui sholat. Realitas yang terjadi saat ini, manusia kebanyakan lupa sholat dan berorientasi pada pekerjaan, bukan penghambaan kepadaNYA. Kesibukan bekerja dianggap sebagai cara untuk memperbaiki kehidupan materiil dengan mengorbankan sholat. Fenomena ini terjadi di masyarakat luas.

Dari cara Muzammil mengungkapkan dakwahnya ini peneliti salut terhadapnya, dimana dirinya mampu mengungkap realitas untuk kemudian mengoreksi kesalahan yang dilakukan. Menurut hemat peneliti, kandungan makna dari konten ini sebenarnya adalah untuk mengungkapkan tentang larangan berorientasi kepada urusan duniawi, melainkan harus Kembali kepada Allah terlebih dahulu, sehingga dengan itu Allah akan mencukupkan kebutuhan duniawi hambaNYA. Logika ini benar apabila disandarkan pada Surat Ad dhuha: 4 (*“Sungguh akhirat itu lebih baik bagimu daripada yang permulaan (dunia)”*)

**Tabel 21 Konten 14**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
15-3-2024	Ayat <i>“Laqad jaakum rosulun min anfusikum azizun alaihim a anittum ...”</i>	Muzammil: Lantunan ayat At taubah: 128 - 129 (laqad jaa’kum ...)

Lantunan surat At taubah: 128 ini mengabarkan keberadaan Nabi Muhammad SAW sebagai utusan Allah yang mempunyai beberapa ciri sebagai berikut: 1) merasakan beban berat orang lain, 2) menginginkan keselamatan untuk umatnya, 3) penyantun dan penyayang terhadap orang-orang yang beriman. Dengan lantunan ayat ini kehendak pemilik akun @muzammilhb adalah memberikan pahala kepada pengikut akunnnya untuk mendengarkan ayat-al-qur’an.

Adapun ayat 129 (Artinya: “Jika mereka berpaling (dari keimanan), maka katakanlah: “Cukuplah Allah bagiku; tidak ada Tuhan selain Dia. Hanya kepadaNya aku bertawakal dan dia adalah Tuhan yang memiliki Arsy yang agung”) merupakan wujud Allah yang memberikan resep kepada Nabi Muhammad dalam menghadapi orang-orang yang berpaling dari ajaran Islam. Resep ini sebagai penguat Muhammad menghadapi tantangan dari internal (kaum munafik) maupun eksternal (kaum kafir quraisy). Melalui ayat ini, Allah

telah menguatkan hati Rasulullah untuk tetap konsisten menyebarkan ajaran agama islam di kala itu.

Kandungan dua ayat ini menurut Huwaida dapat memudahkan datangnya rizqi dari Allah dengan cara dibaca 7 kali setelah selesai sholat wajib.<sup>78</sup> Menurut El-Syafa dapat diberi umur panjang apabila dibaca setelah sholat maghrib dan subuh 7 kali.<sup>79</sup> Lepas dari dua pendapat di atas, yang jelas bahwa kedua ayat ini dapat dijadikan sebagai wirid untuk mendatangkan kebaikan bagi yang mengamalkannya.

**Tabel 22 Konten 15**

<b>Tanggal</b>	<b>Tema</b>	<b>Konten Dakwah</b>
18-3-2024	Menghadapi masalah	Muzammil: <b>Yang terbaik menurut kita, belum tentu terbaik menurutNya. Setiap kita punya ujiannya masing-masing.</b> Yang pasti semua cobaan akan sanggup kita hadapi. Karena setiap beban yang diberi takkan melebihi batas kemampuan diri. Masalah itu sepaket dengan solusi, <b>Sabar dan sholat</b> menjadi kunci walau bisikan menyuruh menyerah, Ingat lagi! <b>Bersama kesulitan pasti ada kemudahan, tugas kita cuma menyempurnakan ikhtiyar, urusan hasil serahkan padaNya. Kita ini laki, keluar... Hadapi... Go Out side!</b>

Kandungan isi materi dakwah dalam postingan di atas mempunyai banyak makna. Kalimat ("**Yang terbaik menurut kita, belum tentu terbaik menurutNya**") merupakan ajakan untuk menerima takdir dan kehendak Allah. Manusia menjalankan berdasarkan pemikirannya. Namun disambung dalam

<sup>78</sup> Huriyah Huwaida, (2015) *Banjir Rezeki dengan Shalat Dhuha*, (Jakarta: Qultum Media) hlm. 5

<sup>79</sup> Ahmad Zacky El-Syafa, (2018), *Nikmatnya Ibadah: Tinjauan Psikologis dan Medis Ibadah sehari-hari*, (Surabaya: Genta Group Production) hlm. 6

statemen menjelang akhir (**“tugas kita cuma menyempurnakan ikhtiyar, urusan hasil serahkan padaNya”**). Materi ini lebih pada penyandaran semua urusan kepada Allah SWT.

Konten yang kedua terkait dengan adanya cobaan dan ujian bagi setiap manusia. Ujian dan cobaan tergantung pada dirinya sendiri untuk memaknainya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al Ankabut: 2 (Apakah manusia mengira dibiarkan setelah mengatakan beriman, sedang mereka belum diuji?). Berdasar ayat ini jelas bahwa manusia tidak akan pernah luput dari ujian yang diberikan oleh Allah. Solusi yang ditawarkan dalam menghadapi ujian adalah dengan sabar dan sholat. Dua hal ini mempunyai kekuatan untuk menghadapi ujian yang menimpa diri seseorang. Melalui sabra dan sholat, Allah akan memberikan jalan keluarnya.

Selain sabar dan sholat, konten dakwah (**“Bersama kesulitan pasti ada kemudahan, tugas kita cuma menyempurnakan ikhtiyar, urusan hasil serahkan padaNya”**) mengindikasikan pentingnya ikhtiar dengan menggunakan kekuatan tenaga dan pikiran manusia. Tanpa adanya ikhtiar, mustahil manusia akan menemui jalan yang diinginkannya. Hal menarik dari konten ini adalah kata penutup yang selalu memotivasi (**“Kita ini laki, keluar... Hadapi... Go Out side!”**). kata-kata ini juga selalu diungkap oleh ustad Muzammil dalam postingan sebelumnya.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ustad Muzammil membungkus konten dakwahnya dengan pedoman ayat-ayat al-qur’an dan hadits. Kata-kata indah yang diberikan dibalut dengan realitas yang dihadapi masyarakat membuat konten dakwahnya menjadi menarik dan sesuai dengan kondisi. Kata-kata provokatif positif, seperti (*Go Out side !*) memberikan nuansa yang berbeda dan dapat merubah mind set seseorang yang melihat dan merasakan sentuhan dakwahnya di akun instagramnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Jumlah konten yang dibagikan oleh akun Instagram @muzammilhb pada bulan Desember 2023 s.d Maret 2024 sejumlah 52 postingan. Adapun jumlah konten dakwahnya 14 buah. Konten tersebut disampaikan dengan komunikasi persuasif dengan pengemasan yang menarik. Pesan dakwah disampaikan dengan diiringi audio-visual, sehingga memudahkan orang lain untuk menerima materi dakwah yang disampaikan. Berikut ini kesimpulan yang dapat disampaikan dalam penelitian ini:

1. Klasifikasi konten ustad Muzammil Hasballah dalam akun instagram @muzammilhb terdiri dari 4 hal, yaitu: 1) Materi dakwah, 2) Konten pribadi dan keluarga, 3) Iklan barang dan jasa, 4) Gabungan antara materi dakwah dan promosi produk dan jasa. Adapun klasifikasi konten dakwah terbagi dalam tiga kategori materi, yaitu: akidah, syariah dan akhlak
2. Hasil analisis konten dakwah dalam akun instagram @muzammilhb menunjukkan bahwa pesan akidah (4 buah), pesan syariah (6 buah), dan pesan akhlak (4 buah). Hasil analisis menunjukkan bahwa isi pesan yang disampaikan sesuai dengan referensi lain yang mempunyai kandungan atau tema yang sama. Dengan demikian, isi pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @muzammilhb dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya sesuai ajaran agama berdasarkan sumber aslinya, yaitu al-qur'an dan hadits. Pengemasan konten dakwah @muzammilhb diawali dengan pembacaannya terhadap realitas sosial dan dihubungkan dengan kandungan ayat al-qur'an dan hadits sebagai solusi atas masalah yang dihadapi masyarakat. Tahapan dakwah ini kiranya yang menyebabkan pengikut akun instagramnya selalu bertambah.

## **B. Saran-saran atau Rekomendasi**

Seiring dengan terselesaikannya penelitian ini, kiranya terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipaparkan. Berikut saran atau rekomendasi yang dapat diberikan oleh peneliti;

1. Kepada para da'i yang menjalankan aktivitas dakwahnya melalui media sosial hendaknya mampu memahami unsur yang terdapat dalam aplikasi yang digunakannya. Dengan memahami hal tersebut, dirinya akan mampu mengaplikasikan dengan dengan optimalisasi fitur yang ada
2. Da'i yang berdakwah melalui media sosial harus mempunyai pengalaman dalam perencanaan dan produksi materi dakwah, termasuk alat-alat bermedia. Tanpa perencanaan dan dukungan alat-alat komunikasi yang mumpuni, materi dakwahnya akan ditinggalkan oleh pengikutnya.
3. Kondisi mad'u di media sosial membutuhkan interaksi mendalam dengan da'i yang menjalankan kegiatan dakwah di media sosial. Jangan sampai komentar yang membutuhkan respon dibiarkan begitu saja. Jawablah komentar netizen dan follower dengan Bahasa yang santun (bil hikmah) untuk mendapatkan simpati pengguna.

## **C. Kata Penutup**

Alhamdulillah puji syukur disampaikan keharibaan-Nya atas terselesaikannya penelitian ini. Peneliti meyakini bahwa kedalaman materi, data, dan analisa masih perlu disempurnakan. Atas realitas ini, maka kritik dan saran dari pembaca sangat dinantikan demi kesempurnaan penelitian ke depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Ahmad. 2023. “Kebiasaan Begadang pada Remaja dalam Perspektif Hadis (Kajian hadis Tematik)”, dalam *Digital library UIN KHAS Jember*. Dikutip dari [https://digilib .uinkhas.ac.id/26617](https://digilib.uinkhas.ac.id/26617), Diakses tanggal 20 Maret 2024
- Ahmad, Fadi Ibnu. 2011. *Dakwah On line: Asyiknya Meraup Pahala Di Dunia Maya*, Bandung: Mizan
- Al Raysuni, Ahmad dan Muhammad Jamal Barat. (2002). *Ijtihad antara Teks, Realitas, dan Kemaslahatan Sosial*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Anam, Masrul. 2022. “Eksplanasi Sebab-sebab Putus Asa Menurut Al-Qur’an”, dalam *Jurnal Al-I'jaz*, Vol 4, No.1
- Aripudin, Acep. 2011. *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- AS, Erjang dkk. 2009. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjajaran
- Asmaniar. 2019. “Instagram Sebagai Media Dakwah (Respon Follower pada Akun @Felixsiauw dan @Yusufmansurnew)”, Makasar: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin
- Asmuni. 2017. “Konsep Akhlaq Sebagai Penggerak Dalam Islam”, dalam *Raudlatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, Vol. 1, No. 2
- Astuti, Elysia Yuli, Lola Fitriyah Rohmatun Nisa, Indrika Sari. 2021. “Fenomena Instagram Sebagai Inovasi Media Dakwah di Kalangan Masyarakat”, dalam *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol-2 No.2
- Atabik. 2014. “Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Perspektif Al-Qur’an”, dalam *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol 2, No.2
- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana
- Azwar, Saifudin. 2009. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet-9
- Baqi, Muhammad Fuad Abdul (tt), *Al Mu'jam al Mufaharas li Alfadz Al Qur'an al Karim*, Beirut: Dar- Baqi al Fikri
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- El-Ishaq, Ropingi. 2016. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Malang: Madani

- El-Syafa, Ahmad Zacky. 2018. *Nikmatnya Ibadah: Tinjauan Psikologis dan Medis Ibadah sehari-hari*, Surabaya: Genta Group Production
- Emzir. 2017. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif dan Kuantitatif*, Depok: Rajawali Press
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit dengan Fecebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House
- Gunelius, Susan. 2011. *30 Minutes Social Media Marketing: Step by Step Technique to Spread the Word aBout Your Bussiness Fast and Free*, New York: Mc Graw-Hill
- Hafidhudin, Didin. 1998. *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press
- Harahap, Syahrin & Hasan Bhakti Nasution. 2003. *Ensiklopedi Akidah Islam*, Jakarta: Kencana
- Haryatmoko. 2017. *Analisis Wacana Kritis: Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*, Jakarta: Rajawali Press, Cet-2
- Hasan, Muhammad. 2013. *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* Surabaya: Pena Salsabila
- Hasnan, Fauqi. 2023. “*Strategi Dakwah Akun Instagram @asadedulloh dalam Meningkatkan Akidah Follower*”, Jakarta: Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatulloh
- Helaluddin dan Wijaya, Hengki. 2019. *Analisis Data Kualitatif – Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*, Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, Cet-I
- Heuer, Chris. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Succes in the Web*, Canada: New Jersey Press
- [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muzammil\\_Hasballah](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muzammil_Hasballah), diakses tanggal 23 Desember 2023
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, tanggal 17 Desember 2023
- <https://kbbi.web.id/begadang>, diakses tanggal 20 Maret 2024
- <https://news.detik.com/berita/d-3551793/profil-singkat-sonia-istri-muzammil-hasballah>, diakses tanggal 23 Desember 2023

- [https://www.google.com/search?q = OurWorldinData](https://www.google.com/search?q=OurWorldinData), diakses tanggal 23 Desember 2023
- [https://www.suara.com/news/2022/06/15/profil-muzammil-hasballah-pelantun adzan-di-pemakaman-putra-ridwan-kamil](https://www.suara.com/news/2022/06/15/profil-muzammil-hasballah-pelantun-adzan-di-pemakaman-putra-ridwan-kamil), diakses tanggal 23 Desember 2023
- Hutagaol, Rusmana Santi Ristauli dan Feby Aulia Safrin. 2022. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening”, dalam *JOSR: Journal of Social Research*, Vol 1 (7)
- Huwaida, Huriyah. 2015. *Banjir Rezeki dengan Shalat Dhuha*, Jakarta: Qultum Media
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ilyas, Yunahar. 2004. *Kuliah Aqidah Islam*, Yogyakarta: LPII
- Junaedi, Fajar. 2019. *Etika Komunikasi di Era Siber*, Jakarta: PT.Rajawali Press, Cet-I
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, diambil dari [https://: www.kbbi.web.id](https://www.kbbi.web.id)
- Krippendorff. 2013. *Content Analysis: An Introduction to it's Methodology*, (terj), Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*, London & New York: Routledge
- Mahmud, Ahmad. 2016. *Dzikir dan Pikir: Menuju Transformasi Diri*, Yogyakarta: Suhuf
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mujiieb, Ahmad. 2000. *Kamus Fiqih*, Jakarta: Pustaka Firdaus
- Munir, Syamsul. 2009. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet-IV
- Pawito. 2008. *Penelitian Kualitatif Komunikasi*, Yogyakarta: LKiS, Cet -II
- Presdina, Vika Maya. 2020. “Analisis Konten Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @Hanan-attaki (Periode januari – Mei 2021)”, Purwokerto:

Skripsi – Komunikasi dan Penyiaran Islam – UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri

- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Islam Aktual*, Bandung: Mizan repository,uin-suska.ac.id, Diakses tanggal 23 Desember 2023
- Riyadi, Muhammad Wahyu. 2020. *Video Instagram sebagai Media Dakwah (Studi pada Akun @Shiftmedia.id)*, Semarang: Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo
- Rohidin. 2017. *Pengantar Hukum Islam: Dari Semenanjung Arabia hingga Indonesia*, Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara Books, Cet-II
- Rohmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif Bersosial Media*, Jakarta: PT. Elex Media, Cet-I
- Siauw, Felix Y. 2018. *How to Master Your Habits*, Jakarta: Al Faith Press, Cet-I
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*, Karanganyar: Literasi Media Publishing, Cet-2)
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, Cet-III
- Suharto. 2017. “Media Sosial Sebagai Medium Komunikasi Dakwah”, dalam *Jurnal Al Misbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*
- Suparta, Munzier dan Hefni, Harjani. 2003. *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, Cet- I
- Suprayogo, Imam dan Tobroni. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sutopo, Ariesto Hadi dan Adrianus Arief. 2010. *Terampil Mengolah Data Penelitian Kualitatif dengan NVIVO*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Syamsudin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, Cet-III
- Taratia, Gia. 2022. ”Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun @Yudhidol86)”, Purwokerto: Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Manajemen dan Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Saifudin Zuhri

- Umam, Khoirul. 2011. *Konsep Dzikir Menurut Al-Maraghi*, Jakarta: Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Wahyuni, Dedi. 2017. *Pengantar Akidah Akhlak dan pembelajarannya*, Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara
- Wilya, Evra dkk. 2018. *Sensasi Penelitian Islam Kontemporer: Tinjauan Multikultural*, Yogyakarta: Deepublish
- [www.kepri.kemenag.go.id](http://www.kepri.kemenag.go.id), diakses tanggal 27 Maret 2024
- Ya'kub, Hamzah. 2001. *Etika Islam*, Bandung: Diponegoro, Cet- 2

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Nurul Hidayat  
Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 01 Maret 1999  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Hobi : Bulu Tangkis  
No. Handphone : 082132950966  
Alamat : Desa Lempuyang RT 02 RW 02 Wonosalam Demak  
Orang Tua : Ayah (Khozinatul Asror) Ibu (Nuriyah Ahmad)

### **Jenjang Pendidikan Formal:**

1. SDN Lempuyang
2. MTs NU Jogoloyo
3. SMA Islam Miftahul Huda Jogoloyo

### **Riwayat Organisasi**

1. Ketua GP. Ansor Ranting Lempuyang
2. Humas MBS FM 107.0