

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu kata دعا (*da'a*), يَدْعُو (*yad'u*), ذَعْوَةٌ (*da'watan*). Memiliki arti ajakan, seruan serta panggilan.¹

Menurut Toha Yahya Omar, “Dakwah menurut islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.”²

Menurut Mohammad Hasan, “Dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.”³

Menurut Moh. Ali Aziz, “Dakwah merupakan proses peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syariat islam. “Proses” menunjukkan kegiatan yang terus menerus, berkesinambungan dan bertahap. Peningkatan adalah perubahan kualitas yang positif: dari buruk menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik.”⁴

Menurut Abdullah, “Dakwah yaitu misi penyebaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman. Kegiatan tersebut dilakukan melalui lisan (*bi al-lisan*), tulisan (*bi al-kitabah*), dan perbuatan (*bi al-hal*). Ini artinya dakwah menjadi misi abadi untuk sosialisasi nilai-nilai Islam dan upaya rekonstruksi masyarakat sesuai

¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), 3.

² M. Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah*, ed. Ahmad Zubaidi (Jakarta Selatan: Al-Mawadi Prima, 2016), 67.

³ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, ed. Robiatul Adawiyah (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 11.

⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017) 17.

dengan *rahmatan lil alamin* (ISRA) yaitu rahmat bagi alam semesta atau rahmat untuk seجات⁵

Wahidin Saputra mengatakan dakwah merupakan suatu ajakan untuk berfikir, berdebat dan beragumen, dan untuk menilai suatu kasus yang muncul. Dakwah tidak dapat disikapi dengan keacuhan kecuali oleh orang bodoh atau berhati dengki. Hak berfikir merupakan sifat dan milik semua manusia, tak ada orang yang dapat mengingkarinya.⁶

Dakwah ialah sebuah seruan serta ajakan menuju kebaikan. Dakwah dapat diartikan sebagai usaha untuk mengajak ke dalam hal kebaikan. Kebaikan yang dapat disebarkan dalam berdakwah dapat berupa aqidah akhlaq.

Dakwah hukumnya wajib, dimana semua orang dapat melakukan dakwah dimana saja dan kapan saja. Manusia mengajak dalam hal kebaikan termasuk dakwah. Pada hakikatnya dakwah ialah seruan menuju jalan kebaikan.

2. Ruang Lingkup Dakwah

Dakwah dapat dikelompokkan tiga yakni: Dakwah *bil-lisan*, Dakwah *bil-kitabah*, dan Dakwah *bil-hal*. Dakwah *bil-lisan* ialah dakwah melalui khutbah, ceramah, siraman rohani, nasihat-nasihat. Dakwah *bil-lisan* dapat dilakukan secara langsung dan melalui media. Dakwah dapat dilakukan secara langsung antara *da'i* dan *mad'u* sehingga dapat saling berinteraksi. Dakwah yang biasa dilakukan di masjid, atau perkumpulan kegiatan keagamaan islam. Sedangkan ceramah melalui media juga dapat dilakukan, seperti di akun *youtube* dan *instagram*. Kekurangan berdakwah melalui media ialah interaksi antara *da'i* dan *mad'u* menjadi terhambat.⁷

Dakwah *bil-kitabah* adalah dakwah yang disampaikan melalui tulisan. Awalnya dakwah *bil-kitabah* di cetak dalam bentuk buku maupun kitab. Perkembangan

⁵ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), 1.

⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 5.

⁷ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), 31.

zaman yang menuntut manusia agar kreatif dan inovatif, maka dakwah *bil-kitabah* sekarang ini dapat dilakukan melalui internet.⁸

Dakwah *bil-hal* merupakan dakwah dalam keadaan. Dakwah yang disampaikan melalui perbuatan nyata. Contoh perbuatan nyata dalam berdakwah bisa dimulai dari hal kecil, meneladani sifat rasul. Jujur merupakan salah satu sifat rasul yang dapat di teladani.

3. Materi Dakwah

Materi dakwah dapat dikatakan sesuatu pesan yang ingin disampaikan da'i kepada mad'u. Materi dakwah diperoleh dari al qur'an dan hadist. Al qur'an dan hadist sumber pedoman kuat bagi umat beragama islam.⁹

Materi dakwah dapat dikembangkan melalui kreatifitas da'i supaya dengan mudah diterima oleh mad'u. Dakwah memiliki sifat mengajak, materi dakwah yang disampaikan harus memiliki daya tarik tersendiri.¹⁰ Meskipun berpedoman al qur'an dan hadist, materi dakwah yang disampaikan da'i harus bersifat realistik. Realita kehidupan yang dijalani masyarakat, dapat diperkuat dengan al qur'an. Seperti kewajiban sholat lima waktu, zakat, dan puasa.¹¹

Materi dakwah meliputi aqidah, akhlaq, dan syari'ah.¹² Aqidah merupakan iman. Iman yang dimaksud seperti : iman kepada Allah. Syari'ah adalah hukum-hukum ketetapan Allah. Al qur'an telah dijelaskan hukum-hukum yang berlaku dalam kehidupan.¹³ Sedangkan akhlaq

⁸ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi ,Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*,34.

⁹ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi ,Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*,123.

¹⁰ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi ,Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*,128.

¹¹ Moh. Ali Aziz, "Kebenaran Pesan Dakwah," *JKI Jurnal Uin Sunan Ampel Surabaya*, vol. 04, no. 02 (2014):297, diakses pada 14 Juli, 2021, <https://doi.org/10.15642/jki.2014.4.2.%25p>.

¹² Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, ed. Robiatul Adawiyah (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 71.

¹³ Ifitah Jafar, dkk, "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al Qur'an," *JKI Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya*, vol. 08, no. 01 (2018):46, diakses pada 14 Juli, 2021, <https://doi.org/10.15642/jki.2018.8.1.41-66>.

yaitu bagaimana hubungan manusia dengan sang pencipta dan sesama. Makhluk Allah, khususnya manusia wajib memiliki akhlaq.¹⁴

4. Media Dakwah

Wasilah dalam bahasa arab sama artinya dengan media. Dalam bahasa inggris *medium*. Dalam bahasa latin *medius*. Media dapat diartikan sebagai penghubung. Penghubung yang dimaksudkan adalah menghubungkan pesan antara komunikator kepada komunikan (penerima pesan).¹⁵

Masyarakat yang hidup di zaman serba ada seperti sekarang ini, dominan memiliki sifat kritis serta kreatif. Penggunaan media sosial dinilai paling efektif diantara media lain. Sasaran dakwah akan menjadi penentu media sosial apa yang sekiranya banyak digunakan zaman sekarang. Pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh sasaran dakwah.¹⁶

Media dakwah ialah alat yang berguna untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Media dakwah dapat berupa tulisan, lisan, audio visual dan masih banyak lainnya. Dakwah dapat disampaikan secara lisan melalui ceramah, siraman rohani serta kegiatan keagamaan lainnya. Media dakwah melalui tulisan dapat dijadikan buku, novel, ataupun majalah.¹⁷

Wasilah dapat melalui lukisan, media yang digunakan yaitu gambar, karikatur, serta lukisan. Sedangkan media dakwah audio visual dapat dilihat

¹⁴ Ulfa Fauzia Zahra, dkk, "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah," *Tabligh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, vol.1, no. 2 (2016):64, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/5>.

¹⁵ Moh. Abdul Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta:Kencana, 2017), 11.

¹⁶ M. Rosyid Ridla, dkk, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta:Samudra Biru, 2017), 46.

¹⁷ Nawawi, "Pengembangan Ilmu Dakwah (Tinjauan Permasalahan Penelitian)" *Komunika Jurnal IAIN Purwokerto*, vol.1, no.1 (2007):7, diakses pada 23 Mei, 2021, <https://doi.org/10.24090/komunika.v1i1.778>.

langsung oleh panca indera mata, dan dapat didengar oleh telinga. Seperti : televisi, internet, dan media sosial.¹⁸

Pengajian, kajian, dan siraman rohani sejak pandemi berlangsung kegiatan ini ditiadakan. Sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih mengikuti kajian secara online. Kajian online tidak menghabiskan biaya dalam setiap kegiatan dakwah, hanya membutuhkan koneksi internet di setiap penyampaian dakwah.

Media dakwah berupa tulisan, seperti majalah serta buku untuk zaman modern sekarang ini sangat jarang dibaca. Majalah atau buku yang memuat puluhan bahkan ratusan halaman juga dinilai tidak efektif karena memakan banyak waktu untuk membacanya.

Radio yang merupakan media dakwah berupa audio. Masyarakat milenial kebanyakan telah beralih dari radio. Radio hanya dapat memutar sekali saja dan tidak dapat diulang, menjadikan salah satu kekurangan radio untuk menyebarkan dakwah.

Internet sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia milenial. Adanya internet dapat memudahkan pekerjaan manusia. Dakwah di internet juga sudah marak dan banyak pengikutnya. Contohnya: *Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, Blog* dan lain lain.

5. Metode Dakwah

Methodos adalah bahasa yunani, yang memiliki arti cara yang harus dijalani. Secara terminologi, metode adalah proses dalam pelaksanaan sesuatu untuk sampai ke tujuan.¹⁹ Dapat disimpulkan bawa metode adalah sebuah cara melalui proses untuk suatu tujuan.

Metode dakwah ialah proses penyampaian pesan antara da'i dan mad'u. Pesan dakwah yang disampaikan wajib diyakini, diamalkan, dan mudah diterima baik untuk individu maupun kelompok.²⁰

¹⁸ Rijal Mamdud, "Dakwah Islam di Media Massa," *Al-I'lam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Mataram*, vol.3, no. 1 (2019):51, diakses 14 Juli, 2021, <https://doi.org/10.31764/jail.v3i1.1366>.

¹⁹ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi , Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah* (Bandung:Citapustaka Media,2015),45.

²⁰ Nawawi, "Pengembangan Ilmu Dakwah (Tinjauan Permasalahan Penelitian)," *Komunika Jurnal Dakwah dan Komunikasi IAIN Purwokerto*,

Mauidhah hasanah, mujadalah dan hikmah merupakan pokok metode dakwah. Mauidhah hasanah ialah dakwah yang disampaikan melalui perasaan, sehingga dapat menyentuh hati. Mauidhah hasanah lebih kepada memberikan nasehat kepada umat islam. Mujadalah adalah metode dakwah dengan cara bertukar pikiran. Namun dalam bertukar pikiran harus yang positif, tidak boleh merugikan satu sama lain.²¹ Sedangkan hikmah yaitu berdakwah namun melihat situasi sasaran dakwah.

Proses penyampaian dakwah dapat dilakukan berjauhan. Terdapat beberapa media yang dapat menjadi perantara proses penyampaian pesan dakwah, seperti: televisi, koran, internet maupun radio.²² Dakwah melalui instagram termasuk dalam dakwah yang dilakukan berjauhan.

Dakwah yang dilakukan supaya memenuhi kebutuhan manusia seperti kesehatan, pendidikan atau bahkan menciptakan lowongan kerja. Hal ini dapat menjadi metode dakwah terlaksana dengan baik. Tentunya metode dakwah ini tidak dapat dilakukan perorangan, melainkan harus membentuk sebuah organisasi.²³

6. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah dapat dilihat ketika dakwah sudah berlangsung. Tujuan dakwah yang sebenarnya sebagai rahmat seluruh alam (*rahmatan lil alamin*).²⁴ Tujuan dakwah dapat menciptakan masyarakat yang memiliki sifat

vol.1,no.1 (2007):7, diakses pada 23 Mei, 2021,<https://doi.org/10.24090/komunika.v1i1.778>.

²¹ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, ed. Robiatul Adawiyah (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 81.

²² Enung Asmaya, "Faktor Personal dan Situasional Penerimaan Pesan Dakwah," *Komunika Jurnal Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto*, vol. 10, no.1 (2016):48, diakses pada 23 Mei, 2021,<https://doi.org/10.24090/komunika.v10i1.860>.

²³ M. Rosyid Ridla, dkk, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017), 47.

²⁴ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015), 159.

akhlakul karimah, karena meneladani ajaran Allah S.W.T. dan Rasul.²⁵

Tujuan utama dakwah yaitu menciptakan individu serta masyarakat yang mampu mengamalkan ajaran agama Islam. Perlu waktu yang lama dan dilakukan secara bertahap, tidak dapat diperoleh secara instan. Perubahan yang di dapat dimulai dengan hal-hal kecil.²⁶

Tujuan dakwah dalam komunikasi ada 3, diantaranya:

Informatif merupakan tujuan komunikasi dakwah. Adanya informasi yang diperoleh mad'u dari da'i untuk menambah pengetahuan agama. Komunikasi juga diperoleh melalui penjelasan serta persoalan yang sedang dibicarakan.²⁷ Komunikasi antara da'i dan mad'u harus memiliki respon balik (feedback), supaya tujuan dakwah dapat terlaksana dengan baik.

Mempengaruhi yang sifatnya mengajak. Dalam pengertian dakwah yang artinya ajakan, tujuan komunikasi dakwah terdapat hal sama. Mempengaruhi mad'u untuk diajak ke jalan kebenaran, sehingga ajakan tersebut sesuai dengan ajakan sesuai dengan ajaran agama islam. Sosok da'i wajib memiliki daya tarik tersendiri dapat melalui gaya bahasa untuk memikat hati para mad'u. Maksud memikat hati mad'u yaitu mad'u dengan senang hati menerima ajakan da'i menuju jalan yang di ridhoi Allah SWT. Contoh : non muslim yang tertarik dengan ajaran agama islam sehingga dia memeluk islam (*muallaf*).

Tujuan dakwah dalam komunikasi yang terakhir, menghibur. Dakwah yang dilakukan dengan pembawaan yang santai, bahasa yang mudah diterima oleh komunikan, tak menjadi hal yang sulit untuk saat ini. Selera humor yang diciptakan da'i kepada mad'u. Candaan yang di lontarkan dengan mudah menarik perhatian

²⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2012),9.

²⁶ Mohammad Hasan,*Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, ed. Robiatul Adawiyah (Surabaya:Pena Salsabila,2013),49.

²⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, ed. Andriyani Kamsyah (Bandung:Remaja Rosdakarya,2013),39.

pendengar.²⁸ Meningkatkan keimanan seseorang merupakan bentuk nyata tujuan dakwah.

7. Program Studi dan Objek Formal Ilmu Dakwah

Mewujudkan ajaran agama islam kepada makhluk sosial, baik beragama islam maupun non islam. Kehidupan sosial membutuhkan program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).²⁹

Komunikasi Penyiaran Islam salah satu program studi yang ada dalam fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Kudus. Mata kuliah program studi Komunikasi Penyiaran Islam banyak ragamnya. Perkembangan zaman dapat menuntun mahasiswa KPI menjadi kreatif. Mahasiswa KPI dapat menyebarkan dakwah. Penyebaran dakwah dapat dilakukan melalui media sosial seperti : *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, dan *Twitter*. Namun mahasiswa KPI lebih aktif menggunakan *instagram* sebagai media dakwah.

Menurut Nawawi, Obyek formal ilmu dakwah adalah mengkaji salah satu sisi obyek material, yakni kegiatan mengajak umat manusia supaya masuk ke jalan Allah (sistem Islam) dalam semua segi kehidupan. Bentuk kegiatan mengajak terdiri dari: mengajak dengan lisan dan tulisan, mengajak dengan perbuatan (dakwah bil hal, aksi sosial Islam) dan mengorganisir serta mengelola kegiatan. Di samping itu, mengajak serta mengelola hasil-hasil dakwah dalam bentuk lembaga-lembaga islam sebagai lembaga dakwah secara efisien dan efektif. Kegiatan lain dengan melakukan sistemasi tindakan, koordinasi, sinkronasi dan integrasi program dan kegiatan dengan sumber daya dan waktu yang tersedia untuk mencapai sasaran dan tujuan dakwah.³⁰

8. Unsur-Unsur Dakwah

Da'i berperan sebagai subyek dakwah. *Da'i* merupakan salah satu unsur dakwah. *Da'i* ialah seseorang

²⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 40.

²⁹ M. Rosyid Ridla, dkk, *Pengantar Ilmu Dakwah Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta:Samudra Biru,2017),89.

³⁰ Nawawi, "Pengembangan Ilmu Dakwah(Tinjauan Permasalahan Penelitian)" *Komunika Jurnal IAIN Purwokerto*,vol.1,no.1(2007):7,diakses pada 23 Mei,2021,<https://doi.org/10.24090/komunika.v1i1.778>

yang berperan penting dalam kegiatan dakwah. Tugas *da'i* dapat menyampaikan pesan dakwah secara lisan, tulisan maupun perbuatan.³¹

Tugas seorang *da'i* ialah menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan ajaran Islam. Ajaran islam yang sebelumnya dapat diperoleh melalui *al-qur'an*, *hadist*, *kitab*. Kegiatan keagamaan biasanya selalu menampilkan *da'i (mubaligh)* yang dapat menarik perhatian *mad'u*. Contoh ustaz Hanan Attaki yang menyampaikan dakwah dengan suara yang lembut dan mudah dipahami, menjadikan daya tarik tersendiri.

Mad'u berperan sebagai Obyek Dakwah. Mad'u adalah orang yang menerima pesan dakwah.³² Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan yaitu : Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan. Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi. Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas waktu tertentu, tidak sanggup mendalami benar.³³

Golongan mad'u cerdas yang memiliki sifat kritis serta pola pikir yang maju. Da'i lebih menyukai golongan mad'u cerdas, tanpa harus menjelaskan panjang lebar namun sudah memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i. Kebanyakan dari golongan cerdas menanyakan hal-hal yang diluar tema materi dakwah.

Masyarakat atau golongan awam dalam sebuah lingkup dakwah pun ada. Dimana da'i harus menjelaskan secara detail pesan dakwah. Terlebih muallaf yang sebelumnya belum mengetahui islam sepenuhnya.

Dalam lingkup kajian keagamaan, khususnya pengajian atau siraman rohani, ada masyarakat serius menanggapi namun hanya saat itu. Keluar dari kegiatan

³¹ Moh. Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, ed. Robiatul Adawiyah (Surabaya: Pena Salsabila,2013),58.

³² Moh. Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*,66.

³³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, ed. Andriyani Kamsyah (Bandung:Remaja Rosdakarya,2013),20.

pengajian sudah berbeda lagi atau mungkin tidak mendalami pesan dakwah yang disampaikan da'i.

9. Pengertian Instagram

Instagram diambil dari kata “insta” atau “instan, dan dikenal sebagai kamera polaroid. Kata “gram” diambil dari kata “telegram” yang berfungsi mengirim pesan secara cepat.³⁴

Penyampaian pesan dibagi menjadi 2, komunikasi melalui media dan komunikasi secara langsung (tanpa media). Instagram termasuk dalam media non penyiaran, karena instagram mengandalkan jaringan internet di setiap aktivitasnya.³⁵ Instagram merupakan media sosial yang mempunyai fitur-fitur menarik. Instagram memiliki peranan untuk menyiarkan agama islam. Syiar agama islam melalui instagram dapat melalui foto, video, keterangan di setiap postingan (*quotes*). Quotes dapat memotivasi pengguna lain dalam penyebaran agama islam.³⁶

Instagram yang memiliki logo kamera polaroid, mempunyai berbagai fasilitas. Diantara fasilitas yang dimiliki instagram yakni: dapat mengunggah foto maupun video, dapat mengirimkan pesan singkat kepada pengguna lain, membagikan foto atau video. Hal ini menjadikan instagram digemari oleh masyarakat sekarang. Selain mudah diakses dimanapun dan kapanpun, instagram bukan aplikasi yang berbayar, hanya dengan kuota semua orang dapat menjangkau.

³⁴ Zakiyah Romadlany, Farhan , “Penggunaan Instagram sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid,” *El Furqania Jurnal Ushuluddin dan Ilmu-Ilmu Keislaman*, vol.5, no.1 (2019):113, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/elfurqania/article/view/3365>.

³⁵ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta:Prenadamedia Group, 2018), 13.

³⁶ Nurasiah Ismail, dkk, “Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram,” *Tabligh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati* , vol. 3, no.1 (2018):24, diakses pada 30 Juni, 2021, <http://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/view/30>.

10. Sejarah Instagram

Instagram dibuat pada 6 Oktober 2010, dibawah perusahaan startup Burbn,inc.³⁷ Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram ialah aplikasi tidak berbayar yang dapat membagikan foto dan video melalui telepon pintar. Sebelumnya, Kevin Systrom menciptakan aplikasi Burbn. Mike Krieger, salah satu pengguna aplikasi Burbn. Burbn berubah nama menjadi Instagram.³⁸

Instagram dapat mengunggah serta membagikan foto dan video dengan penambahan hastag (#). Tujuan adanya hastag supaya pengguna instagram yang lain dapat dengan mudah menemukan postingan. Alasan ini yang menjadikan ide awal terciptanya instagram.³⁹

Seminggu setelah diluncurkan instagram, penggunaanya mencapai 100.000 orang. 2,5 bulan selanjutnya, instagram mengalami peningkatan yang sangat pesat yakni 1.000.000 pengguna. 3 April 2012, instagram resmi rilis pada sistem *Android*. Instagram yang sebelumnya digunakan pada IOS dari *Ipad*,*Iphone*, dan *Ipad touch*.⁴⁰

11. Langkah-langkah Pembuatan Instagram

Aplikasi instagram dapat diunduh melalui *Play Store* atau *App Store*.⁴¹ Klik kolom pencarian

³⁷ Junaidi “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah di kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat,” *Source Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*, vol.6, No.2 (2020):173, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://doi.org/10.35308/source.v6i2.2601>.

³⁸ Muhammad Rizqi Arifuddin Irwansyah, “Dari Foto dan Video ke Toko : Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial,” *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media Universitas Tidar*, Vol. 3 No.1 (2019):38, diakses pada 30 Juni, 2021, <http://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v3i1.1256>.

³⁹ Muhammad Rizqi Arifuddin Irwansyah, “Dari Foto dan Video ke Toko : Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial,” 39.

⁴⁰ Yosieana Duli Deslima, “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung,” *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, vol.7, no.1(2020) : 25, diakses pada 23 November, 2020, <http://dx.doi.org/10.21043/at.tabsyir.v7i1.7151>.

⁴¹ M. Fahmi Abdul Ghoni, “Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah(Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

“Instagram” lalu instal dan aplikasi terpasang di handphone.⁴²

Ikuti langkah-langkah pendaftaran dengan menekan *sign up*. Masukkan email atau nomor handphone serta password. Tambahkan nama pengguna (username).

Setting profile dengan menambahkan foto yang dapat diambil di galeri handphone atau dengan cara memotret secara langsung. Instagram selesai registrasi. Dan Instagram siap di gunakan.

12. Media Dakwah di Instagram (foto,video, caption, ig tv)

Media dakwah instagram berupa : foto, video, caption, instagram TV. Foto yang diunggah di akun instagram dalam bentuk poster ataupun jepretan kamera. Pesan dakwah melalui jepretan foto terkadang tidak langsung dapat diterima oleh penerima dakwah. Penambahkan caption pada setiap postingan menjadi kandungan pesan dakwah dapat diterima dengan mudah oleh mad'u.

Video instagram mempunyai batasan waktu dalam setiap postingan. Video instagram memiliki waktu maximal 60 detik atau 1 menit. Video yang dapat dikatakan sebagai media audio visual, memudahkan mad'u menerima pesan dakwah. Adanya video tak terlepas dari audio yang menjadi nilai tersendiri dalam media dakwah di instagram.

Caption merupakan ketikan penjelas dalam suatu postingan instagram. Adanya caption sangat membantu proses penyampaian pesan dakwah. Caption instagram yang tidak dibatasi penggunaan dalam setiap kata. Da'i dapat menuliskan caption baik singkat ataupun panjang.

Instagram TV (*IG TV*) adalah sarana penunjang selain video. Berbeda dengan video yang memiliki keterbatasan waktu, *IG TV* tidak memilikinya. Da'i

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)” (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2018),18.

⁴² Yosieana Duli Deslima, “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung,2018),26.

dengan leluasa menyampaikan dakwah melalui *IG TV*, sehingga dakwah yang disampaikan menjadi lebih jelas dan memiliki durasi panjang.

13. Fitur instagram

Instagram mempunyai beberapa fitur, diantaranya: *comments, profile, new feed, explore, serta homepage*. Adapun aktivitas penunjang, yakni: *like, mentions, repost, dan follow*. *Comments* atau komen. Pengguna instagram dapat mengomentari postingan sesama pengguna instagram lainnya. Setiap postingan instagram terdapat tanda balon dibawah. Klik tanda balon, lalu ketik jika ingin mengomentari setiap un, bila tanda balon tidak ada, maka pemilik postingan telah menonaktifkan kolom komentar.⁴³

Profile menampilkan akun pengguna instagram. Adanya akun profile, mengetahui jumlah postingan foto maupun video yang telah diupload, jumlah *follower* serta jumlah *following*. Profile yang bersifat akun pribadi. Adanya akun pribadi, pengguna lain tidak dapat mengetahui postingan, *follower*, dan *following*.

New feed adalah fitur notifikasi. Setiap pengguna instagram dapat melihat notifikasi diantaranya: siapa yang baru mengomentari postingan maupun menyukai postingan, siapa yang baru mengikuti, dan siapa yang menandai akunnya dalam postingan pengguna lain.

Explore menampilkan beberapa foto dan video populer. Foto dan video yang kebanyakan disukai oleh pengguna instagram. Instagram dapat menentukan foto dan video mana yang dapat masuk ke dalam *explore feed*.⁴⁴

Stories yaitu cerita singkat. Stories hanya berlangsung selama 24 jam, lebih dari itu stories otomatis terhapus. Stories dapat menampilkan foto maupun video. Fitur stories dapat digunakan lebih mudah. Di dalam fitur

⁴³ Junaidi "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah di kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat," *Source Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*, vol.6, No.2 (2020):173, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://doi.org/10.35308/source.v6i2.2601>.

⁴⁴ Junaidi, *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah di kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat*, 174.

stories ada boomerang, zoom, hands-free, sampai fitur siaran langsung.⁴⁵

Homepage atau yang biasa disebut beranda. Beranda menampilkan postingan pengguna instagram lain yang telah berinteraksi dengan pemilik akun instagram. Interaksi yang dimaksud yaitu follower dan following. Adanya homepage dapat mengetahui postingan terbaru pengguna lain.⁴⁶

Like atau suka. Like merupakan salah satu aktivitas yang ada dalam instagram. Setiap pengguna instagram dapat menyukai setiap postingan pengguna instagram lain. Di bawah postingan instagram ada tanda love untuk menyukai postingan tersebut, atau dengan cara klik dua kali.

Mentions kebanyakan digunakan untuk menambahkan akun lain. Cara menambahkan yakni dengan mengetik (@). Aktivitas instagram mentions biasa dilakukan untuk mengomentari postingan.

Repost atau membagikan. Pengguna instagram dengan mudah membagikan postingan dengan cara *repost*. Dalam setiap postingan, tanda repost berada dibawah, yaitu tanda segitiga.

Follow atau pengikut, sedangkan *follower* diartikan sebagai mengikuti. Pengguna instagram dapat saling mengikuti satu sama lain. Sehingga aktivitas *follow* terlaksana.⁴⁷

14. Manfaat Media Sosial Instagram

Instagram mempunyai beberapa manfaat yang menunjang untuk tetap eksis dan tetap setia di pakai oleh para pengguna instagram. Adapun manfaat instagram

⁴⁵ Yosieana Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2018), 23.

⁴⁶ Junaidi "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah di kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat," *Source Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*, vol.6, No.2 (2020):173, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://doi.org/10.35308/source.v6i2.2601>.

⁴⁷ Junaidi, *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah di kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat*, 174.

yaitu : media komunikasi, promosi, hiburan, branding, sumber informasi, serta kegiatan sosial.

Instagram bermanfaat sebagai media komunikasi. Komunikasi dapat di maknai sebagai proses interaksi antara pengirim pesan kepada penerima pesan, baik itu individu atau lebih. Dalam berkomunikasi, manusia menggunakan panca indera sebagai alat komunikasi. Panca indera yang digunakan ialah telinga dan mata. Instagram sebagai media komunikasi, hal ini menjadikan interaksi antara komunikator ke komunikan terjalin dengan baik. Interaksi yang diterima antara keduanya, pada akhirnya menghasilkan *feedback*. Instagram dengan mudah di jangkau menggunakan telepon pintar (*smartphone*), yang dengan mudah dibawa kemana saja.

Promosi pada hakekatnya dibuat untuk mempromosikan atau menawarkan jasa dan produk. Adanya instagram memudahkan pengusaha untuk berjualan. Cukup memposting foto dan video yang diyakini dapat menarik minat pembeli. Hal ini dinilai lebih efektif dibandingkan dengan promosi melalui brosur ataupun poster. Tidak dapat dipungkiri, masyarakat sekarang lebih aktif menggunakan media sosial.⁴⁸

Brand (*merk*), kebanyakan produk yang telah mempunyai merk akan mengajukan branding sebagai kegiatan komunikasi. Branding dilakukan supaya produk yang mereka tawarkan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Branding dapat dilakukan perorangan ataupun perusahaan. Instagram yang dapat menyampaikan informasi dengan cepat sangat memudahkan pengguna untuk melakukan branding.⁴⁹ Instagram dapat memulai bisnis atau branding. Jumlah pengguna instagram dapat menjadikan awal keberhasilan sebuah bisnis. Menjadi

⁴⁸ Ahmad Zaki Abdul Aziz, "Optimasi Instagram sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah," *Syntax Imperatif Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol.1, no. 4 (2020):146, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.52>.

⁴⁹ Ahmad Zaki Abdul Aziz, *Optimasi Instagram sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah*, 146.

seorang influencer di instagram dapat mendatangkan pendapatan yang cukup baik.⁵⁰

Instagram merupakan salah satu sumber informasi. Informasi yang didapat melalui instagram seperti penetapan 1 ramadhan, kegiatan yang ada di istana negara ataupun daerah lain, informasi mengenai ajaran keagamaan.⁵¹ Instagram memudahkan informasi yang didapat antar satu pengguna dengan pengguna lain, dalam kata lain dapat bertukar informasi dengan cepat.

Hiburan berasal dari kata dasar hibur. Di saat banyak pikiran, seseorang juga membutuhkan hiburan untuk *me-refresh* kembali pikiran. Hiburan dapat berupa menonton tv, film, video lucu, serta menikmati alunan musik. Hiburan merupakan salah satu manfaat instagram. Instagram banyak menampilkan video-video lucu yang dapat mengembalikan *mood* yang *badmood* menjadi *good mood*.

Kegiatan sosial seperti penggalangan dana banyak sekali ditemukan di instagram. Informasi mengenai kegiatan sosial dapat di sebarluaskan dengan cepat dan mendapat respon balik. Kegiatan sosial yang dimaksudkan : penggalangan dana korban banjir, dan open donasi untuk orang yang membutuhkan bantuan.⁵²

Instagram memiliki fungsi lain, membentuk citra diri yang diinginkan. Pembentukan citra diri atau *self-image* untuk mendapatkan popularitas.⁵³ Adanya

⁵⁰ Sholihatul Atik Hikmawati, dkk, “Pemanfaatan Media Tiktok sebagai Media Dakwah bagi Dosen IAIN Sunan Kalijogo,” *Al-Ittishol Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Sunan Kalijogo Malang*, Vol. 2, no.1 (2021):5, diakses pada 14 Juli, 2021, <https://doi.org/10.51339/ittishol.v2i1.215>.

⁵¹ Junaidi, “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah di kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat,” *Source Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*, vol.6, No.2 (2020):174, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://doi.org/10.35308/source.v6i2.2601>.

⁵² Ahmad Zaki Abdul Aziz, “Optimasi Instagram sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah,” *Syntax Imperatif Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol.1, no. 4 (2020):145, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.52>.

⁵³ Hasan Bastomi, dkk, “Fenomena Perundungan di Sosial Media : Telaah Dampak Perundungan Bagi Remaja,” *At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kudus*, vol. 6, no.2 (2019):245, diakses pada 23 Mei, 2021, <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v6i2.6437>.

popularitas menumbuhkan sikap percaya diri yang sebelumnya sudah terbentuk namun belum dikembangkan. *Selebgram* singkatan dari selebritas instagram, memiliki popularitas tinggi sehingga dapat memasarkan barang dagangan melalui instagram, hal ini biasa disebut *endorsement*.

15. Dampak Penggunaan Instagram

Instagram memiliki dampak positif dan dampak negatif. Dampak dapat disikapi tergantung penggunaan instagram. Dampak positif yang pertama, instagram dapat dijadikan sebagai alternatif dakwah. Adanya instagram memudahkan mad'u untuk mendapatkan pesan dakwah tanpa adanya tatap muka, hal ini tentu lebih menguntungkan.⁵⁴

Kedua, instagram dapat mempererat tali persaudaraan yang telah terjalin. Instagram dapat memberikan kabar dan kegiatan yang dilakukan pengguna satu sama lain.⁵⁵

Ketiga, internet yang memiliki sifat unlimited, yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.⁵⁶ Hal ini merupakan kelebihan yang paling menguntungkan. Mad'u lebih menyukai kelebihan ini, di sela-sela aktivitas yang padat, mad'u dengan mudah mengikuti kajian keagamaan melalui internet.

Ke empat, da'i menyampaikan pesan dakwah melalui instagram menggunakan tata bahasa tersendiri. Biasanya dakwah yang disampaikan di instagram lebih

⁵⁴ Ahmad Zaki Abdul Aziz, "Optimasi Instagram sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah," *Syntax Imperatif Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol.1, no. 4 (2020):146, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.52>.

⁵⁵ Derwin, dkk, "Aksesibilitas Media Sosial Dakwah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Palu," *Al Mishbah IAIN Palu*, vol.12, no.2 (2016):206, diakses pada 23 Mei, 2021, <https://almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/70>.

⁵⁶ Andi Hasriani, "Pemanfaatan Multimedia sebagai Media Dakwah," *Al Mishbah IAIN Palu*, vol. 8, no. 1, (2012):110, diakses pada 23 Mei, 2021, <https://almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/5>.

ringan cara penyampaian, dan tidak seperti menggurui.⁵⁷

Dampak negatif dampak terlihat dari cara penyampaian instagram. Instagram yang tidak bersifat langsung ini dapat menjadikan tanda tanya apakah benar dakwah yang disampaikan sesuai ajaran Islam.

Di masa pandemi, dakwah lebih sering digunakan pada media sosial. Terlambatnya respon antara da'i dan mad'u ini dapat dijadikan dampak negatif. Kegiatan dakwah yang dilakukan melalui instagram tidak maksimal.

16. Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus

IAIN Kudus memiliki beberapa fakultas. Salah satu fakultas yang ada di IAIN kudus adalah fakultas Dakwah dan Komunikasi. Program studi Komunikasi Penyiaran Islam merupakan satu diantara program studi yang ada dalam fakultas dakwah dan komunikasi.

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam yang memiliki kreativitas, diantaranya : menyebarkan pesan dakwah melalui sosial media. Sosial media yang biasa dipakai ialah *instagram*, *youtube*, *facebook*, *twitter* dan sejenis lainnya. Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus lebih sering menggunakan instagram sebagai sarana dakwah mereka.

Instagram dipilih karena memiliki kelebihan yang sudah dijelaskan diatas. Tidak dapat di pungkiri setiap mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus memiliki akun instagram. Selain lebih mudah digunakan, instagram juga dinilai efektif. Kebanyakan dari mahasiswa KPI menyebarkan pesan dakwah melalui poster, caption postingan instagram, video. Namun tak sedikit dari mahasiswa KPI mengabadikan momen melalui tangkapan kamera.

⁵⁷ Ahmad Zaki Abdul Aziz, "Optimasi Instagram sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah," *Syntax Imperatif Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, vol.1, no. 4 (2020):146, diakses pada 30 Maret, 2021, <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.52>.

B. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti sebelumnya menjadikan pendukung penelitian berjudul Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus. Penelitian terdahulu dirangkum dalam bentuk tabel :

Nomor	Penelitian Terdahulu	
1	Nama Peneliti (Tahun)	Yosieana Duli Deslima (2018)
	Judul Penelitian	Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung
	Hasil Penelitian	Penelitian yang dilakukan Yosieana menghasilkan informasi bahwa mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung lebih sebagai mad'u (penerima pesan dakwah). Mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung memanfaatkan instagram sebagai sarana dakwah dengan cara mengikuti akun pengguna instagram yang telah menjadi da'i seperti Ustad Hanan Attaki. ⁵⁸
	Perbedaan penelitian	Penelitian diatas untuk mengetahui bahwa mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung mengakses

⁵⁸ Yosieana Duli Deslima, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung" (Skripsi,UIN Raden Intan Lampung,2018),71.

		instagram dengan konten dakwah. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu mahasiswa komunikasi penyiaran islam IAIN Kudus lebih ke penyampai pesan dakwah (da'i).
	Persamaan Penelitian	Penelitian Yosieana dan penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) dan pendekatan kualitatif. Objek penelitian pun sama yakni instagram. Persamaan lainnya yakni tentang mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam.
2	Nama Peneliti (Tahun)	Darsam (2019)
	Judul Penelitian	Penggunaan Instagram sebagai Trend Media Dakwah (Strategi Dakwah akun @taubatters)
	Hasil Penelitian	Penelitian Darsam mendapatkan hasil pesan dakwah oleh akun @taubatters melalui foto dan video. Foto dan video ini mempunyai materi : aqidah, akhlaq, dan syariah. Dan strategi dakwah akun @taubatters dibagi menjadi 3 tahapan : Tahapan perumusan, tahapan implementasi, dan tahapan evaluasi. ⁵⁹
	Perbedaan	Perbedaan penelitian

⁵⁹ Darsam, "Penggunaan Instagram sebagai Trend Media Dakwah (Strategi dakwah akun @taubatters)" (Skripsi,IAIN Palopo,2019),6.

	Penelitian	terdapat pada sasaran penelitian. Dimana penelitian diatas lebih kepada akun @taubatters. Sedangkan penelitian ini ke mahasiswa komunikasi penyiaran islam IAIN Kudus.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian milik Darsam dengan penelitian ini yakni sama-sama menggunakan instagram sebagai media dakwah.
3	Nama Peneliti (Tahun)	M. Fahmi Abdul Ghoni (2018)
	Judul Penelitian	Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)
	Hasil Penelitian	Penelitian oleh Fahmi menghasilkan bagaimana penggunaan instagram yang telah melalui tahap wawancara. Dari 93 mahasiswa komunikasi penyiaran islam yang di data, namun akun yang mengupload materi dakwah ada 7 mahasiswa. ⁶⁰
	Perbedaan Penelitian	Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Fahmi dengan studi kasus

⁶⁰ M. Fahmi Abdul Ghoni, “Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)” (Skripsi, UIN Walisongo Semarang,2018),41.

		mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Walisongo Semarang. Sedangkan penelitian ini yang menjadi objek yaitu mahasiswa komunikasi penyiaran islam IAIN Kudus. Dan tahun penelitian yang berbeda.
	Persamaan Penelitian	Metode penelitian yang digunakan oleh Fahmi sama dengan penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif. Studi kasus pun sama mengenai mahasiswa komunikasi penyiaran islam.
4	Nama Peneliti (Tahun)	Damas Rambatan Rakanda (2020)
	Judul Penelitian	Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau Igeneration di Desa Cawas
	Hasil Penelitian	Penelitian Damas menghasilkan bahwa instagram digunakan oleh generasi z di desa cawas, dengan tujuan melihat terbentuknya identitas diri generasi z melalui penggunaan instagram. ⁶¹
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan terlihat jelas, penelitian Damas mengarah dalam pembentukan identitas diri melalui instagram. Sedangkan

⁶¹ Damas Rambatan Rakanda, "Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau Igeneration di Desa Cawas" (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2020)7.

		penelitian ini menggunakan instagram sebagai media dakwah mahasiswa komunikasi penyiaran islam IAIN Kudus.
	Persamaan Penelitian	Penelitian Damas dan penelitian ini memiliki persamaan ingin mengetahui penggunaan instagram.

C. Kerangka berfikir

Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian, serta rumusan masalah, maka penelitian ini dapat dilihat dari penggunaan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa IAIN Kudus. Kerangka penelitian ini untuk lebih jelas disajikan dalam bentuk gambar.



Tabel 2.1
Kerangka Berfikir

