

Pesan Dakwah dalam Menanggapi Isu-Isu Viral

(Analisis Konten Pada Akun Instagram @Hawaariyyun)



Oleh:

Yuli Andriani

NIM: 21202012017

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
**Diajukan kepada Progam Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Penyusunan Tesis

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuli Andriani
NIM : 21202012017
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Yuli Andriani
NIM: 21202012017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuli Andriani
NIM : 21202012017
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Yuli Andriani
NIM: 21202012017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2010/Un.02/DD/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : Pesan Dakwah dalam Menanggapi Isu-isu Viral (Analisis Konten Pada Akun Instagram @Hawaariyyun)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : YULI ANDRIANI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21202012017
Telah diujikan pada : Jumat, 27 Oktober 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Drs. Lathiful Khuluq, M.A., BSW., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 656840beaacd6



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 654346c691fb3



Penguji III

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 656981b63b5c4



Yogyakarta, 27 Oktober 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 656d259b4dc5e

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**PESAN DAKWAH DALAM MENANGGAPI ISU-ISU VIRAL
(ANALISIS KONTEN PADA AKUN INSTAGRAM @HAWAARIYYUN)**

Oleh

Nama : Yuli Andriani
NIM : 21202012017
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Pembimbing



Drs. Lathiful Khuluq, MA., BSW., Ph.D

Abstract

The use of Instagram as a very popular social media, used by various age groups including millennials, to share images and videos. In Instagram's diverse ecosystem, users can spread religious preaching messages and provide advice to their followers. However, the rapid flow of information on Instagram also brings complex challenges, including the spread of negative content and hate speech. Viral issues that arise on Instagram are often difficult to understand and resolve due to the diversity of views and values in society, as well as the spread of information that is not always accurate. In this case, the Instagram account @hawaariyyun uses Instagram as a medium for conveying da'wah messages in response to viral issues related to an Islamic perspective. This research uses a descriptive qualitative analysis approach, namely the initial part describes a stable situation and the second part is the stages that form the entire narrative process as well as the final part of the completion stage in a story. Research through narrative uses the Tzvetan Torodov Model of Narrative Analysis approach. This aims to be an effort to examine and analyze content related to da'wah messages in response to viral issues, namely moral and sharia messages. This research shows that the Instagram account @hawaariyyun conveys da'wah messages in responding to viral issues. Of the 9 videos that have been analyzed, the author found that the initial flow of the da'wah message contains videos about viral issues that will be responded to by @hawaariyyun. The middle part of the video contains points from the da'wah message that @hawaariyyun responded to, while the final part contains advice or suggestions from @hawaariyyun in responding to the viral issues discussed. Furthermore, based on the 9 previously analyzed contents, the author found that there are three characteristics of da'wah messages in the development of da'wah content on social media, namely reflecting the truth, in accordance with universal values, and providing convenience for message recipients which must be the main focus to achieve the desired impact. greater in spreading the teachings of the Islamic religion

Keywords: *Da'wah messages, viral issues, @hawaariyyun*

Abstrak

Penggunaan Instagram sebagai media sosial yang sangat populer, digunakan oleh berbagai kelompok usia termasuk milenial, untuk berbagi gambar dan video. Dalam ekosistem Instagram yang beragam ini, pengguna dapat menyebarkan pesan dakwah agama dan memberikan nasihat kepada pengikut mereka. Namun, pesatnya arus informasi di Instagram juga membawa tantangan kompleks, termasuk penyebaran konten negatif dan ujaran kebencian. Isu-isu viral yang muncul di Instagram seringkali sulit dipahami dan diselesaikan karena keberagaman pandangan dan nilai dalam masyarakat, serta penyebaran informasi yang tidak selalu akurat. Dalam hal ini akun instagram @hawaariyyun menjadikan Instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah dalam menanggapi isu-isu viral yang dikaitkan dengan perspektif islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif yaitu bagian awal menggambarkan keadaan stabil dan bagian kedua tahapan yang membentuk seluruh proses narasi serta bagian akhir tahap penyelesaian dalam suatu cerita, penelitian melalui narasi menggunakan pendekatan Analisis Naratif Model Tzvetan Torodov. Hal ini bertujuan sebagai upaya untuk mengupas dan menganalisa konten yang berkaitan dengan pesan dakwah dalam menanggapi isu-isu viral yaitu pesan akhlak dan syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @hawaariyyun menyampaikan pesan dakwah dalam menanggapi isu-isu viral. Dari 9 video yang telah dianalisis, penulis menemukan bahwa alur awal pesan dakwah memuat video mengenai isu-isu viral yang akan ditanggapi oleh @hawaariyyun. Bagian tengah video tersebut berisi poin-poin dari pesan dakwah yang ditanggapi oleh @hawaariyyun, sedangkan bagian akhir memuat nasehat atau saran dari @hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral yang dibahas. Selanjutnya, berdasarkan 9 konten yang dianalisis sebelumnya, penulis menemukan bahwa terdapat tiga karakteristik pesan dakwah dalam pengembangan konten dakwah di media sosial, yaitu mencerminkan kebenaran, sesuai dengan nilai-nilai universal, dan memberikan kemudahan bagi penerima pesan harus menjadi fokus utama untuk mencapai dampak yang lebih besar dalam menyebarkan ajaran agama islam.

Kata Kunci : Pesan Dakwah, Isu-isu viral, @hawaariyyun

MOTTO

وَأنتكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'rif dan mencegah dari yang munkar;

merekalah orang-orang yang beruntung

(Q.S Ali Imran :104)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan ridho serta kemudahan-Nya bagi penulis untuk menyelesaikan karya Akhir yaitu tesis. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, serta seluruh umat manusia. *Aamiin ya Rabbil 'alamin*.

Tesis ini berjudul **“Pesan Dakwah dalam Menanggapi Isu-Isu Viral (Analisis Konten Pada Akun Instagram @hawaariyyun)”** merupakan bentuk karya ilmiah yang telah melalui serangkaian proses dan tahapan penelitian. Secara teoritis tesis ini menjadi sumbangan tambahan diskursus bagi bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan terutama dibidang dakwah dan komunikasi. Secara teknis sesuai prosedural lembaga, tesis ini diajukan kepada Program Studi Megister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar megister sosial.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan terima kasih yang sedalam-dalmnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh Pendidikan lanjut di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Hamdan Daulay., M,Si M.A selaku Ketua Prodi dan Bapak Dr. Khadiq S.Ag., M.Hum selaku Sekretaris Prodi Megister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Drs. Lathiful Khuluq, M.A., BWS., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Tesis (DPT) yang telah memberikan saran serta perbaikan dalam tesis ini.

5. Dr. Khadiq S.Ag., M.Hum selaku Pembimbing Akademik (DPA) yang telah menyempatkan waktunya memberikan bimbingan dalam tesis ini.
6. Para Dosen dan Civitas Akademik Program Studi Megister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan limpahan Ilmu Pengetahuan.
7. Kedua Orang tua peneliti Bapak Syarifuddin dan Ibu Nurhayati (Alm), Nenek Mita (Alm) Kakak M. Arifin dan Adik Mohd. Khairul, yang sudah banyak memberikan dukungan dan semangat dalam proses perkuliahan saya di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Zul Anggara Wardhana, Terimakasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.
9. Wahyunisa dan Armadila serta Teman-teman seperjuangan Magister KPI 2022 yang memberi dukungan, bantuan serta motivasi dalam menyelesaikan tesis ini. Teman-teman Seperjuangan Megister KPI 2022.

Tiada kata yang dapat penulis haturkan selain do'a dan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya. Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak lepas dari kekurangan yang ada didalamnya. Sehingga kritik yang konstruktif dan saran sangat penulis harapkan. Semoga tesis ini dapat menjadi kontribusi terhadap Ilmu Pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Yuli Andriani
NIM: 21202012017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIARISME	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian.....	35
BAB II GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @HAWAARIYYUN	
A. Profil @Hawaariyyun.....	40
B. Konten Dakwah Akun Instagram @Hawaariyyun.....	42
BAB III PESAN DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @HAWAARIYYUN DALAM MENANGGAPI ISU-ISU VIRAL	
A. Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Hawaariyyun Dalam Menanggapi Isu-Isu Viral	47
1. Pesan Dakwah Syari'ah	48
2. Pesan Dakwah Akhlak.....	67

B. Karakteristik Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Hawaariyyun Dalam Menanggapi Isu-isu Viral	82
1. Mengandung Kebenaran	83
2. Tidak Bertentangan Dengan Nilai Universal	95
3. Memberi Kemudahan Bagi Penerima Pesan.....	108

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	124
B. Saran	125

DAFTAR PUSTAKA	126
-----------------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	129
-----------------------------------	------------



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Postingan pada akun Instagram @hawaariyun Periode Oktober 2022 sampai Juni 2023,	44
Tabel 3.1 Pembahasan Tentang Tema “90% Laki-Laki Selingkuh“(Sic),	49
Tabel 3.2 Pembahasan Tentang Tema “Kenapa Selingkuh?” (Sic),.....	52
Tabel 3.3 Pembahasan Tentang Tema “Selingkuh Itu Asik!” (Sic),	56
Tabel 3.4 Pembahasan Tentang Tema “Makan Babi Berdosa Banget Megangnya Saja Najis”,	61
Tabel 3.5 Pembahasan Tentang Tema “Kok Pelihara Babi Ya Akhi?” (Sic),	64
Tabel 3.6 Pembahasan Tentang Tema “ Diajak Ribut Teman X Diajak Ribut Waiters Karen’s Diner√,	69
Tabel 3.7 Pembahasan Tentang Tema “ Diajak Ribut Teman X Diajak Ribut Waiters Karen’s Diner√,	72
Tabel 3.8 Pembahasan Tentang Tema “ Diajak Ribut Teman X Diajak Ribut Waiters Karen’s Diner √,	75
Tabel 3.9 Pembahasan tentang tema “Komunitas Lebih Tepatnya di saat aku SD dan SMP,	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Profil Akun Instagram @hawaariyyun,	42
Gambar 2.2 Konten Dakwah akun Instagram @hawaariyyun,	43
Gambar 3.1 Pembahasan Tentang Tema “90% Laki-Laki Selingkuh“(Sic), 49	
Gambar 3.2 Pembahasan Tentang Tema “Kenapa Selingkuh?” (Sic),...	52
Gambar 3.3 Pembahasan Tentang Tema “Selingkuh Itu Asik!” (Sic),...	56
Gambar 3.4 Pembahasan Tentang Tema “Makan Babi Berdosa Banget Meganya Saja Najis”,.....	60
Gambar 3.5 Pembahasan Tentang Tema “Kok Pelihara Babi Ya Akhi?” (Sic),	64
Gambar 3.6 Pembahasan Tentang Tema “ Diajak Ribut Teman X Diajak Ribut Waiters Karen’s Diner√,.....	68
Gambar 3.7 Pembahasan Tentang Tema “ Diajak Ribut Teman X Diajak Ribut Waiters Karen’s Diner√,.....	71
Gambar 3.8 Pembahasan Tentang Tema “ Diajak Ribut Teman X Diajak Ribut Waiters Karen’s Diner√,.....	75
Gambar 3.9 Pembahasan tentang tema “Komunitas Lebih Tepatnya di saat aku SD dan SMP,.....	79

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer di dunia, tidak hanya di kalangan milenial, tetapi juga di kalangan semua usia. Dengan situs web berbagi video yang telah diintegrasikan, Instagram memungkinkan masyarakat dari berbagai kalangan untuk membagikan momen berharga dalam bentuk gambar dan video. Keberagaman pengguna Instagram menciptakan ekosistem yang kaya dengan berbagai konten, mulai dari cerita harian hingga tutorial, dari seni kreatif hingga bisnis pemasaran. Melalui video, pengguna dapat berbagi pengalaman, pengetahuan, dan hiburan, menciptakan ikatan sosial dan memperluas jaringan. Kemudahan penggunaan dan antarmuka yang intuitif membuat Instagram menjadi platform yang ramah pengguna, menjembatani kesenjangan teknologi dan memungkinkan setiap orang untuk berpartisipasi dalam fenomena media sosial ini. Dengan berbagi video, Instagram telah mengubah cara orang berinteraksi secara online, menjadikan pengalaman bersosialisasi lebih dinamis, kreatif, dan terhubung dengan dunia di sekitar mereka.

Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi dan informasi dalam lingkungan yang semakin terhubung digital ini, para da'i menggunakan Instagram sebagai wadah untuk menyebarkan ajaran agama, menginspirasi, dan memberikan nasihat kepada pengikut mereka. Dengan berbagi kutipan-kutipan dari kitab suci, ceramah singkat, dan kisah-kisah kehidupan, Beberapa nama

seperti Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Felix Siauw dan ustadz lainnya, mempunyai akun Instagram sendiri untuk menyebarkan konten-konten dakwah agar dapat mencapai audiens yang lebih luas dan mendekati generasi yang aktif di dunia maya. Selain itu, Instagram memiliki visualisasi yang kuat dalam bentuk gambar dan video membuat pesan dakwah lebih menarik dan mudah dipahami, menciptakan dampak yang mendalam pada pemahaman agama dan spiritualitas umat serta memperkuat ajaran agama di era digital ini, dan membimbing orang-orang menuju jalan kebenaran.

Namun, dengan perkembangan arus informasi yang kian pesat di era digital, termasuk di platform Instagram, dakwah menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Meskipun Instagram memberikan kemudahan akses untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada audiens yang luas, tetapi pesatnya arus informasi yang membuat kurangnya pengelolaan terhadap konten negatif. Sebagai media sosial yang masif dalam penyebaran konten, Instagram dapat menampung jutaan video dari karya-karya manusia, baik yang bermanfaat maupun tidak. Sehingga berpotensi menjadi salah satu media penyebaran konten-konten negatif yang dapat menyebabkan informasi yang tidak valid serta salah dalam memahami pemberitaan yang sedang viral. Kebebasan akses pengguna dalam memberikan respon berupa komentar turut mendukung kemudahan penyebaran ujaran kebencian, fitnah, hingga berita bohong (hoax). Terutama dalam isu-isu yang berkaitan dalam kehidupan sehari-hari yang kemudian menjadi isu-isu viral dalam Masyarakat.

Fenomena isu-isu viral yang terus menjadi perdebatan sulit dipahami dan diselesaikan adalah cerminan dari kompleksitas dunia digital saat ini. Dalam era di mana informasi dapat menyebar dengan cepat dan luas melalui media sosial, isu-isu yang muncul cenderung mengundang beragam sudut pandang dan interpretasi. Hal ini menciptakan perdebatan yang intens dan seringkali sulit untuk mencapai kesepakatan dan solusi yang jelas. Salah satu alasan utama di balik sulitnya mencapai kesepakatan adalah keberagaman pandangan dan nilai dalam masyarakat. Setiap orang memiliki latar belakang, keyakinan, dan pengalaman hidup yang berbeda, sehingga pandangan mereka terhadap isu tertentu juga akan bervariasi. Selain itu, media sosial memberi suara kepada banyak orang, termasuk yang sebelumnya tidak terdengar, sehingga jumlah perspektif yang berbeda semakin meluas. Penyebaran informasi yang tidak selalu valid atau akurat juga memperumit situasi, menciptakan kebingungan dan keraguan di antara masyarakat. Beberapa isu-isu viral yang sempat mencuat dan menjadi sorotan publik diantaranya kasus perselingkuhan Reza Arap pada tahun 2022.¹ Kemudian ada lagi isu yang viral di media sosial pada tahun 2022 tentang restoran yang bernama Karen Diner dengan pelayanan jutek dan marah-marah². Setelah beberapa waktu, berita ini

¹ Dian Maharani, "Wendy Walters Akhirnya Buka Suara soal Isu Reza Arap Selingkuh", Kompas.Com, 2022, <https://www.kompas.com/hype/read/2022/10/09/065336966/wendy-walters-akhirnya-buka-suara-soal-isu-reza-arap-selingkuh?page=all>.

² Suli Hana, "APA Itu Karen's Diner? Restoran Viral di TikTok, Pelayannya Jutek dan Hobi Marah-marah, Kapan Buka?," Tribuntrends.com, 2022, <https://trends.tribunnews.com/2022/12/17/apa-itu-karens-diner-restoran-viral-di-tiktok-pelayannya-jutek-dan-hobi-marah-marah-kapan-buka>.

menjadi viral di media sosial dan memicu berbagai macam tanggapan dari berbagai pihak.

Peran da'i menjadi sangat penting dalam memanggil dan membimbing orang-orang agar tidak mudah terbawa arus negatif isu-isu viral. Dakwah di media sosial tentu tidak mudah, terlebih saat cara penyampaian dakwah, terkadang isi pesan dalam dakwah tidak mampu diserap secara baik oleh Mad'u sehingga menjadi sebuah kendala dan hambatan dari proses perjalanan dakwah. Penerimaan pesan yang baik terjadi ketika cara penyampaian pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, dapat dipahami oleh mad'u sesuai dengan konteks dan tidak keluar dari pesan dakwah yang di sampaikan.

Pesan dakwah melalui media sosial memberi kesempatan kepada para da'i dan pengkhotbah untuk mencapai audiens yang lebih luas, bahkan yang berada di belahan dunia yang jauh, yang sebelumnya sulit dijangkau. Pesan dakwah yang disertai dengan konten visual menarik, ceramah pendek yang menginspirasi, dan kutipan-kutipan agama yang mendalam memiliki potensi untuk menyentuh hati orang banyak. Dalam era di mana informasi bergerak cepat, media sosial juga memungkinkan dakwah untuk merespons isu-isu viral secara cepat dan relevan. Para da'i dapat memberikan pandangan keagamaan yang memberi arahan dan membimbing umat di tengah berbagai perubahan sosial dan teknologi serta membantu mereka memahami, mengamalkan ajaran agama dengan lebih baik dalam kehidupan sehari-hari.

Di tengah banyaknya da'i yang berdakwah di Instagram, penulis menemukan satu da'i yang terdapat dari beberapa video dakwahnya membahas

isu-isu viral di media sosial yaitu akun Instagram @hawaariyyun. Hawaariyyun memanfaatkan platform Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah. Karakteristik dakwah akun Instagram @hawaariyyun yaitu modern, informatif, dan inklusif. Dengan menggunakan platform media sosial, akun @hawaariyyun menghadirkan pesan-pesan keagamaan dengan pendekatan yang bersahaja dan mendalam, menjadikannya sangat relevan dengan audiens digital saat ini. Salah satu karakteristik utama dari akun ini adalah kontennya yang mendalam dan ilmiah. Mereka menyajikan pemahaman agama yang mendalam melalui kutipan-kutipan dari Al-Quran dan Hadis, serta menjelaskan konsep-konsep agama dengan bahasa yang sederhana namun penuh makna.

Selain itu, akun @hawaariyyun juga menunjukkan karakter inklusifnya dengan menyajikan pesan-pesan yang mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari menanggapi isu-isu viral, etika pergaulan, kebersihan hati, hingga kewajiban sosial. Mereka menggabungkan pesan-pesan agama dengan konten visual yang menarik, seperti infografis dan ilustrasi, membuatnya mudah dicerna dan dipahami oleh pengikutnya.

Pesan dakwah dalam menanggapi isu-isu viral di akun Instagram @hawaariyyun menarik untuk di analisis, keberhasilan dakwah hawaariyyun tercermin dari berbagai testimonial positif dan kesaksian orang-orang yang merasa terinspirasi dan mendapatkan pemahaman baru tentang agama melalui konten yang dibagikan oleh akun tersebut hingga mempunyai penggemar tersendiri. Sehingga, peneliti tertarik meneliti dan ingin menganalisa secara mendalam mengenai pesan dakwah akun Instagram @hawaariyyun dalam

menanggapi isu-isu viral. Melalui penelitian ini, peneliti berharap bisa memberikan gambaran secara detail mengenai pesan dakwah pada akun Instagram @hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral. Oleh karenanya, peneliti memilih judul “Pesan Dakwah Dalam Menanggapi Isu-Isu Viral (Analisis Konten Pada Akun Instagram @Hawaariyyun)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja pesan dakwah pada akun instagram @hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral?
2. Bagaimana karakteristik pesan dakwah pada akun Instagram @hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk menganalisis pesan dakwah pada akun Instagram @hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral.
 - b. Untuk mengetahui karakteristik pesan dakwah pada akun Instagram @hawaariyyun tentang isu-isu viral.

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam menyebarkan pesan dakwah dan bagaimana respons positif dari para pengikut atau penerima pesan dakwah tersebut dapat menjadi bukti konkret. Pesan dakwah yang tepat dapat berpengaruh besar dan memicu tanggapan positif dari pengikut akun yang bersangkutan.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi influencer serta pendakwah yang menyampaikan dakwahnya melalui media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah dengan isi yang baik, menarik, dan tepat.

D. Kajian Pustaka

Dalam kajian kepustakaan penelitian ini akan menjelaskan tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang mengambil tema yang sama tentang pesan dakwah. Dalam hal ini peneliti mengambil dari tesis dan jurnal-jurnal sebelumnya sebagai penelitian terdahulu yang relevan:

1. Tesis Sri Ayuni, "Pesan Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Media Sosial Instagram" Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana

isi pesan dakwah yang di sampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus melalui akun Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun model analisis menggunakan analisis van dijk.³ Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti serta pada analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis naratif deskriptif. Sedangkan persamannya adalah di metode penelitian yang digunakan dan sama - sama membahas tentang pesan dakwah.

2. Jurnal Ulfa Wulandari “Analisis Pesan-pesan Dakwah Dalam Syi’ir K.H.Musfik Al-Karawi” Mahasiwi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan pesan - pesan dakwah dalam syi’ir kyai Musfik Al-karawi. Yang mana pesan yang di sampaikan dengan bentuk lagu - lagu oleh seorang Da’i.⁴ Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti serta pada analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis naratif deskriptif. Sedangkan persamannya adalah di metode penelitian yang digunakan dan sama -sama membahas tentang pesan dakwah.
3. Jurnal Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda “Analisis Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid” Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah dari postingan

³ Sri Ayuni, Pesan Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Media Sosial Instagram, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2023).

⁴ Ulfa Wulandari, Analisis Pesan - pesan Dakwah dalam Syi’ir K.H.Musfik Al-Karawi, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019).

akun salafi @dakwah_tauhid dalam intagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif yang bersifat ex post facto. Adapun model analisis data berupa analisis isi.⁵ Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan metode penelitian yang digunakan serta pada analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis naratif deskriptif. Sedangkan persamannya adalah sama - sama membahas pesan dakwah.

4. Jurnal Farhan “Pesan Dakwah Felix Siauw di Media Sosial Perspektif Meanig and Media” Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo Jawa Timur. Penelitian ini menganalisis secara kritis tentang dakwah era gadget perspektif meanings dan media. penelitian ini mencoba menelaah pesan dakwah yang disampaikan da’i melalui media social. Penelitian ini merupakan studi kasus pada media massa online. Sumber data penelitian didapatkan dari dokumentasi online. Pesan dakwah tersebut ditulis pada facebook (*visual*) periode Maret 2015. Analisis kualitatif deksriptif digunakan untuk menganalisa data yang telah terkumpul.⁶ Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan metode penelitian yang digunakan serta pada analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis naratif deskriptif. Sedangkan persamannya adalah sama -sama membahas pesan dakwah.
5. Jurnal Yantos “Analisis Pesan-pesan Dakwah dalam syair - syair lagu Opick” Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

⁵ Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda “Analisis Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid” (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020).

⁶ Farhan “Pesan Dakwah Felix Siauw di Media Sosial Perspektif Meanig and Media” (Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo Jawa Timur, 2017).

Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan pesan - pesan dakwah dalam lagu Opick. Yang mana pesan yang di sampaikan dengan bentuk lagu - lagu. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti dan metode penelitian yang digunakan serta pada analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis naratif deskriptif. Sedangkan persamannya adalah sama -sama membahas pesan dakwah.⁷

Berdasarkan tinjauan diatas dapat diketahui belum ada penelitian yang mentitik fokuskan kepada pesan dakwah dalam menanggapi isu-isu di akun Instagram @hawaariyyun. Dengan menggunakan Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov. Dengan demikian peneliti ingin mengkaji persoalan ini lebih mendalam guna menemukan wawasan yang lebih luas.

E. Kerangka Teori

1. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah sebuah sesuatu yang disampaikan dalam kegiatan dakwah tersebut. Pesan dakwah terdapat tiga dimensi yang saling terkait yaitu: pertama, pesan dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Kedua, pesan dakwah yang berkaitan dengan makna yang dapat di terima oleh seseorang. Ketiga, semua pesan dakwah yang dapat diterima maupun dimaknai oleh penerima dengan berbeda. Dari

⁷ Yantos, Analisis Pesan - pesan Dakwah dalam Syair – syair lagu Opick, (Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, 2013).

ketiga dimensi tersebut tidak dapat dipisahkan karena sebuah pesan dakwah sendiri tidak hanya terdapat dari kata-kata saja, melainkan juga mengandung makna dan dimensi penerimaan pesan dakwah oleh seorang mad'u.⁸ dengan demikian pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang menjadi isi yang ada didalam saat melaksanakan dakwah. dalam hal tersebut penyampaian pesan dakwah tersebut bisa dilakukan dengan saling bertatap muka ataupun dengan menggunakan media.

Dalam ilmu komunikasi sendiri pesan dakwah yaitu message atau simbol-simbol. Isi dakwah bisa berupa gambar, kata, lukisan dan sebagainya yang bisa dengan mudah dipahami oleh mad'unya. Bila dakwah melalui lisan maka sebuah ucapan seorang da'i merupakan sebuah pesan dakwah, bila dakwah melalui tulisan maka sebuah tulisan itu merupakan pesan dakwah, dan bila dakwah melalui tindakan maka perbuatan seorang da'i tersebut merupakan sebuah dakwah pula.

Secara umum materi dakwah diklasifikasikan menjadi 3 yaitu:⁹

1) Aqidah

Secara etimologi, akidah berarti ikatan, dan angkutan. Secara teknis berarti kepercayaan, keyakinan, iman, creed, credo. Akidah dalam Islam berarti I'tiqad bathiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Menurut bahasa, akidah diambil dari kata al-Aqd, yaitu mengikat,

⁸ Abdul Basit, Filsafat Dakwah, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019),140-142

⁹ Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012),24-25

menguatkan, teguh, mengukuhkan. Menurut Istilah, akidah ialah iman yang kuat terhadap Allah dan apa yang diwajibkan berupa tauhid (menegaskan Allah dalam peribadatan), beriman kepada malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul- rasul-Nya, hari akhir, takdir baik dan buruk-Nya, dan mengimani semua cabang dari pokok-pokok keimanan ini serta hal-hal yang masuk dalam kategorinya berupa prinsip-prinsip agama.¹⁰

Semua aspek keimanan mempengaruhi moralitas manusia (moralitas). Karena itu, materi yang digunakan untuk adalah soal iman. Aqidah (Aqidah) merupakan bahan pokok dakwah dan memiliki ciri-ciri yang membedakannya dengan keyakinan agama yang lain:¹¹

- a) Keterbukaan melalui kesaksian (syahadat), dengan demikian orang Islam harus jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- b) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh semesta alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa. Dan soal kemanusiaan juga diperkenalkan kesatuan asal usul manusia. Kejelasan dan kesederhanaan diartikan bahwa seluruh ajaran akidah baik soal

¹⁰ Abdullah bin Abdul Aziz al-Jibrin, Cara Mudah Memahami Aqidah; Sesuai al-Quran, as-Sunnah dan Pemahaman Salafus Shalih, (Jakarta: Pustaka At-Tazkia, 2007),3-4.

¹¹ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, Manajemen Dakwah, (cet. 1, Jakarta; Kencana, 2006), 24.

ketuhanan, kerasulan, ataupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami.

- c) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan perbuatan yang diimplementasikan dalam ibadah pokok yang merupakan manifestasi dari iman dipadukan dengan segi-segi pengembangan diri dan kepribadian seseorang dengan kemaslahatan masyarakat yang menuju pada kesejahteraan. Karena akidah memiliki keterlibatan dengan soal-soal kemasyarakatan.

2) Syari'ah

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dan hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah yang menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslimin.¹²

Syariah adalah hukum yang ditetapkan oleh Allah bagi hamba-Nya tentang urusan agama. Atau hukum agama yang ditetapkan dan diperintahkan oleh Allah, baik berupa ibadah (saum, salat, haji, zakat, dan seluruh amal kebaikan) maupun

¹² Ismail, Menjelajah Atas Dunia Islam, (Bandung: Mizan, 2000),305.

muamalah yang menggerakkan kehidupan manusia (jual-beli, nikah, dll).¹³

Materi ajaran syari'at sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Syariah merupakan jantung yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam. Disamping mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral, materi dakwah dalam bidang syari'ah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, jernih, cermat terhadap *hujjah* atau dalil-dalil dalam persoalan. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberi informasi yang jelas dibidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, mubah, makruh, dan haram, hukum atau syari'ah sering disebut sebagai cermin peradapan manusia.

a. Indikator-indikator pesan syariah terbagi menjadi dua antara lain:

1. Perselingkuhan

Perselingkuhan pada umumnya banyak terjadi pada anggota keluarga yang kurang memiliki kualitas keagamaan yang mantap, lemahnya dasar cinta, komunikasi kurang lancar dan harmonis, sikap egois dari masing-

¹³ Yusuf Al-Qaradhawi, *Fiqh Maqashid Syariah*, (cet1; Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007),12.

masing, emosi kurang stabil, dan kurang mampu membuat penyesuaian diri.¹⁴

Menurut Gifari faktor-faktor terjadinya perselingkuhan antara lain:

- a. Ada peluang dan kesempatan.
 - b. Konflik dengan istri.
 - c. Seks tidak terpuaskan.
 - d. Abnormalitas atau animalistis seks.
 - e. Iman yang hampa.
 - f. Hilangnya rasa malu.
2. Halal dan Haram makanan

Dalam surat Al-Baqarah ayat 173 Allah berfirman,

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan Binatang yang (ketika disembelih) disebut nama Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang”.

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa makanan yang diharamkan pada pokok-nya ada empat :¹⁵

¹⁴ Kurniah Muhajarah, Perselingkuhan Suami Terhadap Istri Dan Upaya Penanganannya, Jurnal SAWWA, vol. 12, no.1 oktober 2016, 28-29

¹⁵ Siti Zulaekah, Yuli Kusumawati, Halal Dan Haram Makanan Dalam Islam, Jurnal SUHUF, vol. 17, no. 1 Mei 2005, 30

a. Bangkai

Bangkai ialah hewan yang mati dengan tidak disembelih, termasuk kedalamnya hewan yang matinya tercekik, dipukul, jatuh, ditanduk dan diterkam oleh hewan buas, kecuali yang sempat kita menyembelinya. Bangkai yang boleh dimakan berdasarkan hadis yaitu ikan dan belalang.

b. Darah,

Darah sering pula diistilahkan dengan darah yang mengalir, yang dimaksud adalah segala macam darah termasuk yang keluar pada waktu penyembelihan (mengalir), sedangkan darah yang tersisa setelah penyembelihan yang ada pada daging setelah dibersihkan dibolehkan. Dua macam darah yang dibolehkan yaitu jantung dan limpa, kebolehan nya didasarkan pada hadis.

c. Daging babi.

Kebanyakan ulama sepakat menyatakan bahwa semua bagian babi yang dapat dimakan haram, sehingga baik dagingnya, lemaknya, tulangnya, termasuk produk-produk yang mengandung bahan tersebut. Serta semua bahan yang dibuat dengan menggunakan bahan-bahan tersebut sebagai salah satu

bahan bakunya. Hal ini misalnya tersirat dalam Keputusan Fatwa MUI bulan september 1994 tentang keharaman memanfaatkan babi dan seluruh unsur-unsurnya.

- d. Binatang yang ketika disembelih disebut nama selain Allah.

Menurut Hamka ini berarti juga binatang yang disembelih untuk selain Allah. Tentu saja semua bagian bahan yang dapat dimakan dan produk turunan dari bahan ini juga haram untuk dijadikan bahan pangan seperti berlaku pada bangkai dan babi.

3) Akhlak

Secara Etimologis, kata akhlak berasal dari Bahasa Arab, jamak dari Khuluqun yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan Khuluqun, yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan khaliq yang berarti pencipta, dan makhluk yang berarti yang diciptakan.¹⁶

Dalam kitab bahasa Arab karya Habib Hasan bin Ahmad Baharun, peneliti mendapatkan informasi atau data-data penting tentang pendidikan akhlak. Adapun nilai-nilai Pendidikan Akhlak yang ditemukan dalam kitab tersebut peneliti klasifikasikan

¹⁶ A. Mustofa, Akhlak Tasawuf, (Jakarta: Pustaka Setia, 1999), 11.

menjadi tiga aspek yang meliputi akhlak terhadap Allah, akhlak terhadap diri sendiri, dan akhlak terhadap sesama makhluk Allah swt. Nilai-nilai Pendidikan Akhlak tersebut secara terperinci dapat peneliti deskripsikan sebagai berikut:¹⁷

a. Akhlak Kepada Allah swt

Akhlak terhadap Allah yaitu Bertaqwa kepada Allah dimana saja berada, yaqin dengan pertolongan Allah swt, Mengerjakan ibadah dalam bentuk yang paling afdhol yang disukai oleh Allah swt dan Tidak takut kepada apapun kecuali kepada Allah swt.

b. Akhlak terhadap diri sendiri

Akhlak terhadap diri sendiri ialah perbuatan tawadhu', seperti mencintai bahasa Arab dan bahasa Indonesia, Selalu menjaga kebersihan, Membiasakan hidup disiplin, Menjaga tata tertib dan peraturan sekolah, Mentaati dan mengikuti rambu-rambu lalu lintas, Mandiri dan Sabar.

c. Akhlak terhadap sesama makhluk Allah swt

Akhlak terhadap sesama makhluk Allah swt diantaranya akhlak kepada orang tua, akhlak kepada guru, akhlak kepada teman, akhlak kepada sesama muslim, akhlak

¹⁷ Masnun, Pendidikan Akhlak dalam kitab-kitab Bahasa Arab karya Habib Hasan bin Ahmad Baharun, *Chalim Journal of Teaching and Learning*, Vol.2, No.1 2022, 17-24

kepada tamu, akhlak kepada tetangga, akhlak kepada konsumen, dan akhlak kepada hewan atau tumbuhan.

b. Karakteristik Pesan Dakwah

Untuk membedakan pesan dakwah dengan pesan yang lainnya seperti pesan dalam komunikasi, maka perlu dikenali karakteristik pesan dakwah. Karakteristik pesan dakwah yang dimaksud tidak dibedakan secara spesifik antara karakteristik dakwah yang verbal maupun yang non-verbal.

Terdapat beberapa karakteristik pesan dakwah sebagai berikut¹⁸:

1) Mengandung kebenaran

Karakteristik yang pertama dan utama dalam pesan dakwah islam adalah adanya kebenaran dalam setiap pesan yang disampaikan. Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah ialah kebenaran yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.¹⁹

2) Membawa pesan perdamaian

Sesuai dengan nama islam yang berkata dasar *salam* artinya damai. Perdamaian menjadi unsur penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian pesan dakwah. Menurut Hassan Hanafi, perdamaian bukan sekedar hukum internasional antara negara-negara adidaya. Perdamaian berawal dari individu, kemudian berkembang ke keluarga dan kehidupan sosial.²⁰ Pesan

¹⁸ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2017), 142-147

¹⁹ Ibid.

²⁰ Hassan Hanafi, *Agama, Kekerasan, dan Islam Kontemporer*, (Yogyakarta: Jendela, 2001), 129

perdamaian ini harus dikembangkan dalam penyampaian dakwah agar tidak ada pesan dakwah yang mengandung provokasi.

3) Tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal

Pesan dakwah hendaknya di sampaikan dalam konteks lokalitas dari mad'u yang menerima pesan. Dengan cara tersebut, pesan dakwah akan mudah diterima oleh Masyarakat karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan Masyarakat.

4) Memberikan kemudahan bagi penerima pesan

Memberikan kemudahan dalam menyampaikan pesan dakwah merupakan sesuatu yang di anjurkan dan bahkan menjadi tujuan syariat islam. Memudahkan yang dimaksud sebagai kemudahan dalam pengalaman ajaran agama yang tidak bertentangan dengan nash-nash dan kaidah syariat islam.

Dalam menyampaikan pesan dakwah da'i dituntut untuk menciptakan inovasi baru dalam berkreasi dalam menggunakan

mater-materi dakwah yang menarik dari sebelumnya. Da'i pula harus meningkatkan pengetahuan dengan terus belajar dan mau menerima masukan saran-saran dari berbagai informasi yang berkembang pada saat ini.

5) Mengapresiasi adanya perbedaan

Islam sendiri terdapat berbagai macam perbedaan dalam kelompoknya. Jadi seorang da'i harus mampu mengapresiasi adanya perbedaan paham dan keyakinan yang dianut oleh para

jamaah. Dalam realitas tidak bisa dipungkiri bahwa setiap individu atau setiap Muslim diciptakan oleh Allah berbeda-beda. Tidak ada di dunia ini manusia memiliki kesamaan antara satu dengan yang lain. Selain itu, perbedaan juga bisa terbentuk karena perbedaan latar belakang sosial, wilayah, apilasi politik, tingkat partisipasi dalam masyarakat dan organisasi keagamaan yang dipilihnya.

2. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.²¹

Terdapat beberapa pendapat ahli tentang pengertian dari sosial media sebagai berikut:²²

- a. Menurut Antony Mayfield media sosial adalah media yang penggunanya mudah berpartisipasi, berbagai/ dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D).

²¹ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", Jurnal Publiciana, Vol, 9, No. 1 2016, 142.

²² Arum Wahyuni Purbohasuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi", Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, 213-215

- b. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlen mendefinisikan media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content.
- c. Menurut Lisa Buyer, bahwa definisi media sosial adalah bentuk hubungan masyarakat yang paling transparan, menarik dan interaktif saat ini.
- d. Menurut Sam Decker yang turut serta memberikan perannya dalam bentuk gagasan berupa definisi media sosial yang menurutnya bahwa pengertian media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antar satu sama lain.
- e. Menurut Marjorie Clayman bahwa definisi atau pengertian media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.
- f. Menurut Philip dan Kevin Keller bahwa pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaannya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu. Berbagai alasan mengapa seseorang

membuat sebuah akun pada media sosial, diantaranya untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman, memperoleh informasi dan kabar melalui news feed yang disediakan oleh media sosial, hingga menunjukkan eksistensi diri.

3. Instagram Sebagai Media Dakwah

Instagram merupakan suatu jejaring sosial online yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikan hasilnya melalui berbagai layanan sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram dan situs media lainnya.²³ Instagram memiliki banyak kegunaan atau multifungsi dimana Instagram tidak hanya dapat digunakan sebagai hiburan dan jual beli, namun juga untuk melakukan interaksi antar satu sama lainnya, baik dibidang bisnis maupun bidang dakwah.

Ada beberapa fitur Instagram untuk memfasilitasi penggunanya antara lain yaitu:²⁴

a. Foto

Fitur foto merupakan fitur utama bagi para pengguna Instagram. Para pengguna Instagram bisa berswafoto, selfi, foto grup, ataupun berbentuk tulisan dalam fitur tersebut. Para pengguna

²³ Ulya Dinillah dan Aka Kurnia. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah)". KAGANGA: Journal of Communication Science, no.1, 2019, 54-67

²⁴ Hilman Fauzi Patahillah. "Instagram Fatwa: Analisis terhadap Pesan Fatwa dalam Akun Instagram @Dakwahquransunnah". El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, No. 2, 2020, h. 163-184

Instagram dengan berbagai gaya dapat menggunakan pula berbagai efek menarik pada fitur ini dan mengunggahnya melalui Instagram.

b. Video

Sama halnya dengan foto, video juga merupakan fitur pada Instagram yang banyak digunakan oleh para penggunanya untuk berbagi moment ataupun kejadian. Dan hebatnya, pada fitur ini kita bisa tahu berapa banyak orang yang menonton video kita.

c. Arsip Foto

Fitur ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti album pribadi. Jadi, penngguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa dilihat oleh pengguna tersebut.

d. Efek (Filter)

Pada versi awalnya, Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Di dalam pengaplikasian efek, pengguna juga dapat sekaligus menyunting foto seperti mengatur kecerahan, kontras, warna, dan lain-lain.

e. *Closefriend*

Pada fitur ini, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa diakses oleh pengguna lain yang telah dipilih sebagai “Closefriend” atau teman dekat.

f. Siaran Langsung (*Live*)

Fitur ini memungkinkan pengguna dalam sebuah akun untuk melakukan siaran video secara langsung tanpa terbatas waktu yang akan dinikmati oleh pengikutnya.

g. *Caption*

Caption merupakan hal penting yang menjadi salah satu faktor penunjang dalam fitur Instagram baik untuk foto ataupun video, *caption* berbentuk tulisan yang mengandung pesan. Biasanya pesan dalam *caption* dibuat dengan semenarik mungkin.

h. *Hashtag*

Hashtag adalah sebuah kata kunci kecil dengan tanda pagar (#), *hashtag* sangat populer di berbagai platform media sosial, *hashtag* berfungsi untuk menandai sesuatu hal yang penting yang tengah menjadi topik perbincangan di kalangan warga net.

i. *Followers*

Followers adalah pengikut kita dalam akun media sosial Instagram, ketika kita mengunggah foto atau video di Instagram, maka unggahan kita akan secara otomatis masuk dan berada pada layar beranda para *followers*. Selain itu, fungsi *followers* juga adalah yang memberikan sebagian besar like atau komentar terhadap unggahan kita.

j. Jejaring Sosial

Jejaring sosial adalah untuk menghubungkan antara satu akun media sosial dengan akun media sosial lainnya di dalam satu

device. Ketika pengguna pada media Instagram akan mengunggah foto, video atau konten lainnya maka secara otomatis akan muncul option yang mengarahkan kita pada pilihan apakah konten yang akan diunggah hanya dibagikan pada media sosial Instagram saja atau akan dibagikan pula dengan platform media sosial lainnya.

k. *Like*

Like adalah tanda suka dengan bentuk hati berwarna merah sebagai tanda respon positif atau timbal balik dari *followers*. Dari fitur tersebut akan mempermudah masyarakat untuk menggunakan Instagram dalam penyebaran transformasi ajaran Islam (pesan dakwah) melalui internet dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, diantaranya melalui e-mail, diskusi interaktif melalui *mailing list* dan *newsgroup*, pengembalian dan penyampaian file melalui file transfer protokol, berbagai menu dan forum yang dapat dikembangkan dalam *website*, *faks*, *server*, dan sebagainya.²⁵

Instagram ialah salah satu dari sekian banyak jenis media sosial yang ada, yang dinilai sangat potensial dan mudah dalam mendapatkan perhatian atau menghipnotis pemerhatiannya (masyarakat) untuk selalu mengikuti apa yang menjadi trend di Instagram.

Melalui media Instagram ini banyak sekali manfaatnya seperti, dengan adanya dakwah di Instagram yang menyebarluaskan konten-konten yang dibuat para da'i mudah tersampaikan apalagi zaman sekarang

²⁵ Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 110.

jarang sekali orang yang tidak menggunakan Instagram. Terkadang melalui video singkat lebih bisa dipahami apa maksud dari isinya, karna langsung kepada inti tidak perlu mendengarkan berlama-lama cukup 1-3 menit sudah bisa memahami maksud dari pesan dakwah itu. Masyarakat lebih kaya akan informasi, melalui Instagram kita bisa mudah mengaksesnya di manapun dan kapanpun. Kita juga bisa melihat berbagai macam konten dakwah yang kita inginkan, kita tinggal ketik di kolom search dan bisa langsung keluar hasilnya, bisa juga disimpan bahkan di *download* untuk kita lihat kembali.

4. Isu-isu Viral

a. Pengertian isu-isu viral

Kata viral berasal dari bahasa Inggris yang artinya adalah virus. Pada zaman dulu, viral menggambarkan suatu penyakit yang mudah menyebar dari satu orang ke orang lainnya. Akan tetapi, saat ini kata viral mengalami pergeseran makna. Dari yang semula virus menjadi sesuatu yang menyebar secara cepat melalui media sosial, internet ke jutaan orang secara online.²⁶

Menurut Supyan tafsiran perkataan viral ini adakalanya merujuk kepada suatu perkembangan negatif dalam kondisi kesehatan, disamping peranannya dalam mengupas isu sensasi di media sosial yang membawa dampak positif dan juga negatif. Selain itu, sesuatu

²⁶ Amira K, "Pengertian Viral: Sejarah Dan Cara Membuat Kontennya", diakses 26 September 2023, <https://www.gramedia.com/literasi/viral/>

perkara yang menjadi viral mempunyai klasifikasi jangka yang tertentu. Isu-isu viral tersebut melibatkan situasi masa kini atas faktor-faktor tertentu yang kompleks ketika dan di mana isu viral ini berlaku. Hal ini didorong oleh peranan media sosial dalam membuat video viral tersebut menarik perhatian masyarakat.

Rasionalnya, ungkapan viral di media sosial merangkum sesuatu perkara yang humor, sensasi, dan menarik perhatian masyarakat. Secara jelasnya suatu isu itu menjadi viral di media sosial melalui status, gambar, foto, video dan segala informasi yang tersebar kepada Masyarakat.²⁷

Istilah dari kata viral, sebenarnya baru mulai muncul pada tahun 2009 untuk menggambarkan sebuah video David after Dentist. Video tersebut merupakan sebuah video yang diunggah oleh seorang ayah dari anak bernama David Devore Jr. Ia merekam reaksi sang anak terhadap anestesi usai melakukan operasi mulut. Kemudian video tersebut rupanya menarik banyak perhatian orang, sehingga menjadi bahan pembicaraan. Sejak saat itulah, istilah viral pun digunakan untuk menyebut konten yang menyebar dengan cepat dan menarik banyak minat.

²⁷ Izzal Khairi Ramli, Abdul Aziz Zalay, Mohd. Fauzi Sedon, "Fenomena Viral Media Sosial sebagai Eksposisi Tema dalam Pendekatan Karya Seni Catan", (Universiti Pendidikan Sultan Idris, Tanjong Malim, Perak, Malaysia, 2021).

b. Ciri-Ciri isu Viral

Terdapat beberapa ciri-ciri dari isu viral sebagai berikut:²⁸

1) Unik dan tidak umum

Pada umumnya suatu fenomena yang menjadi viral merupakan sebuah kejadian, berita atau gambar yang sifatnya unik serta tidak umum atau dianggap tidak biasa di tengah lingkungan masyarakat, sehingga hal tersebut dapat mudah menjadi viral dan menyita perhatian banyak masyarakat. Selain itu, fenomena-fenomena viral juga akan mendorong seseorang untuk terus membagikan fenomena tersebut dan membuatnya menjadi viral.

2) Memiliki sifat positif dan negative

Tidak semua fenomena, trend atau konten viral memiliki sifat positif atau negatif. Ada beberapa fenomena viral yang memiliki sifat positif dan beberapa memiliki sifat negative. Contohnya beberapa tren yang muncul di kalangan anak-anak remaja untuk menghadang mobil bermuatan besar, seperti truck. Hal ini tentu saja sebuah fenomena viral yang memiliki sifat negatif, sebab dapat membahayakan supir, pengendara jalan lain dan pembuat tren tersebut.

Akan tetapi, ada pula contoh dari fenomena positif. Seperti gerakan memberi pada orang-orang yang tidak mampu. Karena

²⁸ Amira K, "Pengertian Viral: Sejarah Dan Cara Membuat Kontennya", diakses 26 September 2023, <https://www.gramedia.com/literasi/viral/>

fenomena tersebut, ada banyak konten kreator baru yang mengikuti atau bahkan masyarakat umum untuk saling berlomba-lomba memberi pada orang yang lebih membutuhkan.

3) Sedang hits

Fenomena viral memiliki ciri yaitu fenomena yang sedang hangat dibicarakan oleh banyak orang, dikarenakan fenomena tersebut menarik untuk dibahas. Fenomena viral biasanya adalah konten, berita, tren yang sedang booming, hits atau kekinian.

4) Memiliki durasi pendek

Video-video viral umumnya adalah video yang memiliki durasi pendek. Hal ini karena lebih dari 19% orang cenderung akan menutup video setelah 10 detik pertama, maka artinya video yang menarik dan lucu di awal akan lebih mudah viral.

5) Konten yang membuat Bahagia atau tertawa

Konten viral adalah konten yang biasanya membangkitkan emosi kuat pemirsa atau para pembacanya.

6) Memiliki momen yang tepat

Konten atau suatu video akan lebih mungkin menjadi viral, apabila konten tersebut diunggah pada momen yang tepat. Momen yang tepat bisa jadi berkaitan dengan peristiwa terkini yang terjadi di dunia atau topik budaya pop yang mendominasi berita.

7) Terhubung dengan dunia

Apa saja yang terhubung dengan acara dunia, memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau lebih banyak orang. Hal ini karena kebanyakan orang memiliki minat pada topik yang sama.

5. Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov

Analisis naratif merupakan sebuah metode analisis yang melihat teks berita sebagai sebuah cerita atau dongeng. Di dalam cerita terdapat plot (alur), adegan, tokoh, dan karakter. Pada awalnya, analisis naratif digunakan untuk mengkaji struktur cerita dari narasi fiksi seperti novel atau film. Akan tetapi, naratif juga dapat digunakan untuk mengkaji teks media yang lain seperti berita.²⁹

Narasi sendiri berasal dari kata Latin *narre* yang artinya membuat tahu. Dengan begitu, narasi berhubungan dengan upaya untuk memberitahu sesuatu atau peristiwa.³⁰ Narasi tidak berhubungan dengan fakta dan fiksi. Narasi hanya berkaitan dengan cara bercerita, bagaimana fakta disajikan atau diceritakan kepada khalayak. Hal ini dikarenakan suatu peristiwa yang disajikan dalam suatu narasi, maka akan mempermudah khalayak untuk mengikuti peristiwa tersebut.

Menurut Todorov, narasi adalah apa yang dikatakan, karena mempunyai urutan kronologis, motif dan plot, serta hubungan sebab

²⁹ Eriyanto, Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media, (Jakarta: Kencana, 2013), 8-9

³⁰ Eriyanto, Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media, (Jakarta: Kencana, 2013), 2

akibat dari suatu peristiwa. Dalam suatu narasi memiliki awal hingga akhir. Todorov membagi struktur narasi menjadi tiga tahap yaitu awal, pertengahan dan akhir. Struktur narasi Todorov memiliki bagian awal atau pendahuluan, bagian tengah atau perkembangan, dan bagian akhir atau penyelesaian. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a) Alur Cerita Awal (Pendahuluan)

Pada umumnya narasi di awal cerita atau pendahuluan ditandai dengan situasi yang normal, Todorov menyebutnya dengan ekuilibrium atau keseimbangan. Bagian ini diawali dari sebuah keteraturan, seperti halnya kondisi Masyarakat yang tertib. Dalam narasi tentang superhero, umumnya diawali oleh kondisi kota yang damai, kerajaan yang makmur, dan sebagainya.³¹

Todorov mengatakan bahwa kondisi awal menggambarkan suatu keadaan stabil. Karena cerita yang ideal dimulai dari suatu keadaan seimbang. Bagian pendahuluan ini, menyajikan situasi dasar yang dapat memungkinkan pembaca memahami adegan selanjutnya. Hal ini dikarenakan pendahuluan dapat menentukan daya tarik dan selera pembaca terhadap bagian-bagian selanjutnya. Oleh karena itu, penulis cerita harus memperhatikan dengan serius.³²

Dalam menyajikan narasi berdasarkan fakta, penulis perlu menganalisis materi terlebih dulu. Hal ini bertujuan untuk

³¹ Eriyanto, Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media, (Jakarta: Kencana, 2013),47

³² orys Keraf. Argumentasi dan Narasi Komposisi Lanjutan III. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997),152

memperoleh kepastian dan keyakinan mengenai unsur- unsur mana yang penting dan unsur yang mempunyai daya tarik agar pembaca dapat memahami bagian selanjutnya. Kemudian menyajikan dalam suatu rangkaian yang menarik.

b) Alur Cerita Tengah (Perkembangan)

Bagian tengah dalam sebuah struktur cerita yang digambarkan sebagai gangguan (disruption). Dalam bagian ini ditandai dengan tindakan atau adanya tokoh yang merusak keharmonisan, keseimbangan, atau keteraturan.³³ Bagian kedua merupakan rangkaian dari tahap-tahap yang membentuk seluruh proses narasi.³⁴ Bagian yang mulai memunculkan konflik dalam sebuah cerita.

Bagian tengah merupakan bagian perkembangan atau kelanjutan dari bagian awal. Peristiwa dalam bagian ini merupakan sebab-akibat dari masa lalu. Adanya hubungan sebab-akibat antara satu peristiwa dengan peristiwa yang lain, dan antara satu tindakan dengan tindakan yang lain. Alur tengah juga mencakup adegan-adegan yang dapat meningkatkan ketegangan dan kekhawatiran pembaca atau penonton.³⁵

³³ Eriyanto, Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media, (Jakarta: Kencana, 2013),47

³⁴ Gorys Keraf. Argumentasi dan Narasi Komposisi Lanjutan III. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), 153

³⁵ Ibid, 153.

Mulanya narasi diawali dengan keseimbangan atau keteraturan, kemudian terganggu oleh adanya kekuatan jahat. Gangguan tersebut dapat berupa tokoh yang merusak keteraturan. Misalnya dalam film superhero, bagian kedua ditandai dengan munculnya musuh (villain) yang melakukan kejahatan sehingga mampu mengubah ketertiban kota. Gangguan juga dapat disebabkan oleh tindakan tokoh yang dapat mengubah keharmonisan. Seperti halnya, sebuah keluarga harmonis yang berubah menjadi kacau, ketika sang ayah melakukan perselingkuhan.³⁶ Adanya gangguan-gangguan tersebut dapat menimbulkan ketegangan yang dapat membuat penonton atau pembaca lebih tertarik dalam adegan selanjutnya.

c) Alur Cerita Akhir (Penutup/Penyelesaian)

Pada tahap ini merupakan babak terakhir dari suatu narasi. Gangguan yang terjadi pada tahap kedua dapat diselesaikan, sehingga keseimbangan dapat dipulihkan kembali. Seperti yang dikatakan Todorov bahwa narasi diakhiri dengan kembalinya keteraturan.³⁷ Bagian akhir merupakan tahap penyelesaian dalam suatu cerita.

Bagian akhir cerita ditandai sebagai titik di mana perbuatan atau tindakan dalam seluruh narasi memperoleh makna dengan

³⁶ Ibid, 47.

³⁷ Eriyanto, Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media, (Jakarta: Kencana, 2013), 47

lengkap. Penonton atau pembaca dapat memahami seluruh makna cerita dalam bagian akhir. Bagian ini juga merupakan titik di mana struktur dan makna dapat memperoleh fungsinya secara menyeluruh.³⁸

Dapat disimpulkan bahwa bagian akhir merupakan babak akhir dari suatu narasi. Bagian akhir digambarkan sebagai keseimbangan, keteraturan, keharmonisan yang muncul kembali setelah gangguan. Bagian yang dapat memberikan makna dan pesan secara menyeluruh dalam sebuah narasi. Oleh karena itu, bagian ini disebut sebagai bagian penutup dari sebuah narasi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research) dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan data, menyusun atau mengklarifikasi, menyusun dan menginterpretasinya.³⁹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis Naratif Model Tzvetan Todorov, sebagai upaya untuk mengupas dan meneliti scene-scene video dakwah. Berdasarkan pemilihan objeknya, peneliti

³⁸ Ibid, 154.

³⁹ Abdul. Chaer, *Linguistik Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), 9

bermaksud menganalisis video dakwah di akun Instagram @hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral.

3. Unit yang diteliti

Unit yang menjadi fokus penelitian merupakan salah satu elemen dalam penelitian kualitatif yang berkaitan dengan pemilihan kasus yang akan diteliti. Bagian ini mencakup subjek dan objek penelitian serta fokus penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @hawaariyyun. Sedangkan objek penelitian adalah video dakwah di akun Instagram @hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral. Fokus pada penelitian ini pada akun Instagram @hawaariyyun dalam menanggapi khususnya pada isu-isu viral.

4. Sumber data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer atau utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Fungsinya untuk menjelaskan data sekunder yang diperoleh, terutama dalam hal interpretasi.⁴⁰ Pada penelitian ini, sumber data primer mencakup semua data yang menjadi fokus penelitian tentang Hawaariyyun yang berasal dari Akun Instagram nya yang mengunggah video dakwah dalam menanggapi isu-isu viral.

Pemilihan media Instagram didasarkan pada kriteria konten yang relevan dengan analisis yang dilakukan oleh peneliti. Data tersebut

⁴⁰ Nur Syam, "Metodologi Penelitian Dakwah" (Solo: CV Ramadhani, 1991), 67

berupa video dokumentasi. Sebagai penunjang data, penulis akan menyajikan beberapa isu (konten) viral periode Oktober 2022 sampai Juni 2023.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui buku, jurnal, yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti pada penelitian ini.

5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Studi Pustaka dalam penelitian ini berupa buku literatur, jurnal, artikel, internet yang berkaitan erat dengan pesan dakwah dalam menanggapi isu-isu viral dan penelitian Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov.

b. Dokumentasi

Pada penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang peneliti teliti yaitu dengan mengumpulkan artikel jurnal, buku, penelitian terdahulu, dan video yang berkaitan langsung dengan topik penelitian.

6. Teknik analisis data

Tahap analisis data merupakan proses sistematis dalam mengumpulkan data yang membantu peneliti dalam menarik kesimpulan. Menurut Bogdan dalam Sugiyono, analisis data adalah

tahap di mana data yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya diorganisasikan secara sistematis agar mudah dipahami dan hasilnya dapat dikomunikasikan kepada individu lain.⁴¹

Miles & Huberman mengemukakan bahwa analisis data melibatkan tiga alur aktivitas yang dilakukan secara bersamaan, yaitu:⁴²

a. Reduksi Data

Peneliti memulai penelitian dengan menonton video dakwah di akun Instagram @hawaariyyun yang berjumlah Sembilan video. Kemudian peneliti akan meneliti bagian awal (pendahuluan), bagian Tengah (perkembangan) dan bagian akhir (penyelesaian) pada scene yang berkaitan erat dengan objek penelitian yang menanggapi isu-isu viral menggunakan analisis Naratif Model Tzvetan Todorov.

b. Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti akan mengelompokkan data-data ataupun menjalin data (dari hasil pengelompokan) yang satu dengan data lainnya sehingga nantinya akan melibatkan satu-kesatuan.

Peneliti berusaha mengaitkan seluruh sajian data yang telah direduksi kemudian dipilih sesuai dengan kerangka teori yang telah peneliti rancang.

⁴¹ Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif" (Bandung: Alfabeta, 2009), 334.

⁴² Milles and Huberman, "Analisis Data Kualitatif" (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah peneliti akan mempertajam lagi dan mengkonfirmasi serta melakukan revisian kesimpulan dari analisis sampai pada kesimpulan final atau akhir berupa proposisi ilmiah mengenai realitas yang diteliti.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian dan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya tentang “Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Hawaariyyun Dalam Menanggapi Isu-Isu Viral” melalui kerangka Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov. Kemudian untuk uraian rumusan masalah yang kedua peneliti menggunakan teori karakteristik pesan dakwah Abdul Basit dalam buku Filsafat Dakwah.

1. Analisis Pesan dakwah Pada Akun Instagram @Hawaariyyun Dalam Menanggapi Isu-Isu Viral menggunakan Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov. Adapun isu-isu viral yang dibahas di akun Instagram @hawaariyyun itu tentang 90% Laki-Laki Selingkuh, Kenapa Selingkuh, Selingkuh Itu Asik, Makan Babi Itu Bedosa Banget Megangnya Aja Najis, Kok Pelihara Babi Ya Akhi?, Restoran Karen’s Diner (kata yang lembut dan interaksi yang beradab), Restoran Karen’s Diner (Konsep dilayani dengan tidak hormat), Restoran Karen’s Diner (dikasih nafsu dan nggak bisa menyetir nafsunya) dan komunitas lebih tepatnya di saat aku SD dan SMP (pembullying). Dari Sembilan video yang di analisis peneliti menemukan alur awal pesan dakwah itu memuat video isu-isu viral yang akan ditanggapi oleh akun Instagram @hawaariyyun. Kemudian untuk alur Tengah peneliti menemukan poin-poin dari video dakwah yang di tanggapi oleh hawaariyyun dan bagian

akhir memuat berupa nasehat atau saran dari hawaariyyun dalam menanggapi isu-isu viral yang dibahasnya.

2. Karakteristik pesan dakwah pada akun Instagram @hawaariyyun terhadap isu-isu viral. Dari Sembilan video dakwah yang telah peneliti analisis sebelumnya, video-video dakwah tersebut masuk kedalam tiga karakteristik pesan dakwah yaitu: Pertama, mencerminkan kebenaran dengan memberikan pemahaman yang akurat tentang ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis. Kedua, Tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal yaitu menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat agar mudah di terima. Ketiga, memberikan kemudahan bagi penerima pesan yaitu dengan menyampaikan materi dakwah yang tidak bertentangan dengan nash-nash dan kaidah syariat islam serta seorang da'i dituntut untuk menciptakan inovasi dan kreasi baru terkait dalam menyampaikan materi-materi dakwah agar lebih menarik.

B. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan peneliti yang ingin meneliti tentang pesan dakwah mampu meneliti pesan dakwah dari media sosial, berita atau media lainnya dengan isu yang terbaru dan media yang sedang banyak diminati oleh khalayak ramai. Selain itu, tentang teori karakteristik pesan dakwah harus dijabarkan lebih rinci lagi serta menggunakan pendekatan analisis atau fokus unit analisis yang berbeda agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Mustofa, *Akhlak Tasawuf*, (Jakarta: Pustaka Setia, 1999), 11.
- Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2017), 142-147
- Abdullah bin Abdul Aziz al-Jibrin, *Cara Mudah Memahami Aqidah; Sesuai al-Quran, as-Sunnah dan Pemahaman Salafus Shalih*, (Jakarta: Pustaka At-Tazkia, 2007), 3-4.
- Achmad Syarifudin, "Facebook Sebagai Media Dakwah Islam" (UIN Raden Fatah Palembang, 2014).
- Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda "Analisis Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid" (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020).
- Akun Instagram hawaariyyun, <https://instagram.com/hawaariyyun?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>, diakses pada tanggal 02 Oktober 2023
- Amira K, "Pengertian Viral: Sejarah Dan Cara Membuat Kontennya", diakses 26 September 2023, <https://www.gramedia.com/literasi/viral/>
- Amira K, "Pengertian Viral: Sejarah Dan Cara Membuat Kontennya", diakses 26 September 2023, <https://www.gramedia.com/literasi/viral/>
- Dian Maharani, "Wendy Walters Akhirnya Buka Suara soal Isu Reza Arap Selingkuh", Kompas.Com, 2022, <https://www.kompas.com/hype/read/2022/10/09/065336966/wendy-walters-akhirnya-buka-suara-soal-isu-reza-arap-selingkuh?page=all>.
- Dr. Rulli Nasrullah, M.Si, *Media Sosial Persektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung : Simbiosis, 2015), hlm. 3.
- Drs. Samsul Munir Amin, M.A, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 112-114
- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*, (Jakarta: Kencana, 2013), 8-9
- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*, (Jakarta: Kencana, 2013), 2
- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*, (Jakarta: Kencana, 2013), 47

- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*, (Jakarta: Kencana, 2013),47
- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*, (Jakarta: Kencana, 2013), 47
- Farhan “Pesan Dakwah Felix Siauw di Media Sosial Perspektif Meanig and Media” (Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo Jawa Timur, 2017).
- Gorys Keraf. *Argumentasi dan Narasi Komposisi Lanjutan III*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), 153
- Ina Magdalena, Nurul Ulfi, and Sapitri Awaliah, ‘Analisis Pentingnya Keterampilan Berbahasa Pada Siswa Kelas IV Di SDN Gondrong 2’, *EDISI: Jurnal Edukasi Dan Sains*, 3.2 (2021), 243–52 <<https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/edisi>>.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Askara, 2008).
- Ismail, *Menjelajah Atas Dunia Islam*, (Bandung: Mizan, 2000),305.
- Made Winartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi Dan Tesis* (Yogyakarta: ANDI, 2006).
- Mahjudin, *Kuliah Akhlaq-Tasawuf*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2001), 9
- Milles and Huberman, “Analisis Data Kualitatif” (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.
- Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (cet. 1, Jakarta: Kencana, 2006), 24.
- Muhammad Rezky, *Facebook vs Friendster*, (Yogyakarta: Conexxi, 2009), 50
- Nur Syam, “Metodologi Penelitian Dakwah” (Solo: CV Ramadhani, 1991), 67
- orys Keraf. *Argumentasi dan Narasi Komposisi Lanjutan III*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997),152
- Sugiyono, “Memahami Penelitian Kualitatif” (Bandung: Alfabeta, 2009), 334.
- Suli Hana, “APA Itu Karen's Diner? Restoran Viral di TikTok, Pelayannya Jutek dan Hobi Marah-marah, Kapan Buka?,” *Tribuntrends.com*, 2022, <https://trends.tribunnews.com/2022/12/17/apa-itu-karens-diner-restoran-viral-di-tiktok-pelayannya-jutek-dan-hobi-marah-marah-kapan-buka>.

- Sri Ayuni, Pesan Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Media Sosial Instagram, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2023).
- Surahman, Mochamad Rachmad, and Sudibyo Supardi, “Metodologi Penelitian” (Jakarta: Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), 153
- Taufiq Rahman, Pengertian Media Sosial Twitter (Bandung: Jaya Pustaka, 2016), 14
- Ulfa Fauzia Zahra¹, Ahmad Sarbini, Asep Shodiqin,” Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah”, (UIN Sunan Gunung Djati Bandung,2016)
- Ulfa Wulandari, Analisis Pesan - pesan Dakwah dalam Syi’ir K.H.Musfik Al-Karawi, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2019).
- Wahyu Ilaihi, M.A, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Rosda, 2010), hlm. 105.
- Wahyu Ilaihi, M.A, Komunikasi Dakwah, (Bandung: Rosda, 2010), hlm. 105-106
- Yantos, Analisis Pesan - pesan Dakwah dalam Syair – syair lagu Opick, (Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, 2013).
- Yusuf Al-Qaradhawi, Fiqih Maqashid Syariah, (cet1; Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007),12.
- Zida Zakiyatul Husna, Abdul Muhid, Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Literature Review), (UIN Sunan Ampel Surabaya,2021).