

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH SYARIAH DALAM AKUN  
INSTAGRAM @LENSAMU PERIODE RAMADHAN 1446 H**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**Dzulfikri Muhammad**

**NIM : 22107030041**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2026**

## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Dzulfikri Muhammad

Nomor Induk : 22107030041

Program Studi : Konsentrasi : Ilmu komunikasi – Public Relation

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 28 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Dzulfikri Muhammad

NIM, 22107030041

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
di tempat

*Assalamu 'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Dzulfikri Muhammad  
NIM : 22107030041  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

#### ANALISIS ISI PESAN DAKWAH SYARIAH DALAM AKUN INSTAGRAM @LENSAMU PERIODE RAMADHAN 1446 H

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 28 Januari 2026  
Pembimbing

Maya Sandra Rosita Dewi, M.I.Kom  
NIP. 19870428 201903 2 010

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-471/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2026

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS ISI PESAN DAKWAH SYARIAH DALAM AKUN INSTAGRAM @LENSAMU PERIODE RAMADHAN 1446 H

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DZULFIKRI MUHAMMAD  
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030041  
Telah diujikan pada : Rabu, 25 Februari 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.  
SIGNED

Valid ID: 60a0b6033186



Penguji I

Dr. Rika Lusri Virga, S.IP., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 606e2ad40f761



Penguji II

Achmad Zuhri, M.I.Kom.  
SIGNED

Valid ID: 69a0e2c469426



Yogyakarta, 25 Februari 2026  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 69ab60c309fa

## MOTTO

*Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.*

*~ Al Baqarah 216 ~*

*Semua orang ada jalannya masing masing, apapun yang terjadi tetap jalani*

*~IBU~*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Analisis Isi Pesan Dakwah Syariah Dalam Akun Instagram @Lensamu Periode Ramadhan 1446 H. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Ibu Prof. Dr. Erika Setyanti Kusuma Putri S.Psi M.Psi
2. Bapak ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I., M.Si.
3. Bu Maya Sandra Rosita Dewi S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing skripsi
4. Ibu Dr Rika Lusri Virga S.IP., M.A selaku penguji yang memberikan saran dan masukan kepada peneliti dalam proses penyusunan dan proses perbaikan skripsi.
5. Bapak Achmad Zuhri M.I.Kom selaku penguji memberikan saran dan masukan dalam penyusunan hingga perbaikan tugas akhir.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak Mari Haryanto dan Syamsiar Mardiyah Asa selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan Doa, motivasi serta dukungan yang tak terhingga selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini dapat diselenggarakan

8. Firda Yasyfina selaku kaka dari penulis yang turut memberi dukungan selama perkuliahan.
9. Rifandy Adnan El Hakim, Ahmad Dio Putra Fatikha Rizky, Daffa Fauzia Rohman, Nines Latifa Puspowangi selaku teman yang memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi
10. Teman teman Prodi Ilmu Komunikasi kelas B angkatan 2022 selaku teman dekat penulis selama perkuliahan.
11. Pemilik akun tiktok @opetinthesky1 (Opet All In) yang menemani dan menghibur penulis dalam mengerjakan skripsi
12. Teman teman penulis yang namanya tidak bisa disebutkan yang telah mendukung dan menemani penulis selama perkuliahan.
13. Seluruh pihak yang mengenal penulis karena memberikan pesan hidup dan motivasi bagi penulis
14. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Yogyakarta, 30 januari 2026

Penyusun,

Dzulfikri Muihammad

NIM : 22107030041

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERYATAAN</b> .....	i
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	11
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	12
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	12
<b>E. Tinjauan Pustaka</b> .....	13
<b>F. Landasan Teori</b> .....	19
<b>1. Pesan Komunikasi</b> .....	19
<b>2. Pesan Dakwah</b> .....	21
<b>a. Unsur Dakwah</b> .....	22
<b>b. Materi Dakwah</b> .....	24
<b>c. Dakwah Syariah</b> .....	26
<b>3. Media Sosial Instagram</b> .....	30
<b>a. Fitur Instagram</b> .....	31
<b>G. Metode Penelitian</b> .....	35
<b>1. Jenis Penelitian</b> .....	35
<b>2. Jenis dan Sumber data</b> .....	35

a.	<b>Data Primer</b> .....	35
b.	<b>Data Sekunder</b> .....	36
3.	<b>Subjek dan Objek penelitian</b> .....	36
4.	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	37
a.	<b>Observasi</b> .....	38
b.	<b>Dokumentasi</b> .....	38
5.	<b>Teknik analisis Data</b> .....	39
a.	<i>Unitizing</i> .....	39
b.	<i>Sampling</i> .....	40
c.	<b>Recording/Coding</b> .....	40
d.	<i>Reducing Data To Manageable Represetation</i> .....	40
e.	<i>Abductively Inferring</i> .....	41
f.	<i>Narrating The Answer To The Research Quetion</i> .....	41
6.	<b>Keabsahan Data</b> .....	41
<b>BAB II</b> .....		43
<b>GAMBARAN UMUM</b> .....		43
A.	<b>Lensamu</b> .....	43
1.	<b>Profil</b> .....	43
2.	<b>Jenis konten</b> .....	44
a.	<b>Informasi</b> .....	44
b.	<b>Tokoh</b> .....	44
c.	<b>Pesan Dakwah</b> .....	45
<b>BAB III</b> .....		46
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		46
1.	<b>Ibadah</b> .....	49
a.	<b>Iman</b> .....	50
b.	<b>Shalat</b> .....	56
c.	<b>Zakat</b> .....	71
d.	<b>Puasa</b> .....	89

<b>2. Kemasyarakatan</b> .....	124
a. Muamalah.....	124
<b>BAB IV</b> .....	128
<b>PENUTUP</b> .....	128
<b>A. Kesimpulan</b> .....	128
<b>B. Saran</b> .....	129
<b>H. Daftar Pustaka</b> .....	130



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka .....	17
Tabel 2 Kerangka Pemikiran.....	34



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Jumlah Pengguna Media Sosial .....	1
Gambar 2. Akun @icomie yang berisikan dakwah islam .....	2
Gambar 3. Akun Instagram @islamidotco yang berisikan dakwah .....	2
Gambar 4 Data Pilihan Media Sosial Favorit .....	4
Gambar 5 Konten Instagram Dakwah @nuonline_id .....	6
Gambar 6 Konten Instagram Dakwah Akun @lensamu .....	6
Gambar 7. Data Organisasi Masyarakat Terkaya di dunia .....	8
Gambar 8 Konten Berita Yang Menunjukkan Salah Satu Pendakwah Melecehkan Perempuan .....	9
Gambar 9 Instagram @lensamu .....	10
Gambar 10. Akun Instagram @lensamu .....	43
Gambar 11. Pesan dakwah syariah Iman 16 Maret 2025 .....	50
Gambar 12. Komentar konten .....	52
Gambar 13. Pesan dakwah syariah Iman 17 Maret 2025 .....	52
Gambar 14. Isi konten pesan dakwah syariah .....	53
Gambar 15. Komentar konten .....	55
Gambar 16. Pesan Dakwah Syariah Shalat 8 Maret 2025 .....	56
Gambar 17. Komentar Konten Pesan Dakwah Syariah .....	58
Gambar 18. Konten Pesan Dakwah Syariah Shalat 22 Maret 2025 .....	58
Gambar 19. Pesan dakwah syariah sholat 27 maret 2025 .....	61
Gambar 20. Isi konten Pesan Dakwah Syariah .....	62
Gambar 21. Komentar konten pesan dakwah syariah .....	63
Gambar 22. Pesan dakwah syariah Sholat 28 Maret 2025 .....	64
Gambar 23. Isi Konten Pesan Dakwah Syariah .....	65
Gambar 24. Komentar akun instagram @lensamu .....	67
Gambar 25. Pesan dakwah syariah Sholat 29 Maret 2025 .....	68
Gambar 26. Isi Konten Pesan Dakwah Syariah .....	69
Gambar 27. Komentar Konten akun instagram @lensamu .....	70
Gambar 28. Pesan dakwah syariah Zakat 12 Maret 2025 .....	71
Gambar 29. Isi Konten Pesan Dakwah Syariah .....	72
Gambar 30. Konten Pesan dakwah syariah Zakat 14 Maret 2025 .....	74
Gambar 31 Isi Pesan Dakwah Syariah .....	75
Gambar 32. Komentar Konten Pesan Dakwah Syariah .....	76
Gambar 33. Pesan dakwah syariah Zakat 20 Maret 2025 .....	77
Gambar 34. isi konten pesan dakwah syariah .....	78
Gambar 35. Pesan dakwah syariah Zakat 24 Maret 2025 .....	80
Gambar 36 isi konten pesan dakwah .....	80
Gambar 37 Komentar konten zakat .....	82

Gambar 38 Pesan dakwah syariah Zakat 24 Maret 2025 .....	83
Gambar 39 isi konten pesan dakwah.....	84
Gambar 40 Pesan dakwah syariah Zakat 30 Maret 2025 .....	86
Gambar 41 Komentar Konten .....	88
Gambar 42. Konten Dakwah Syariah Puasa 28 Februari 2025.....	89
Gambar 43 Konten Dakwah Syariah puasa 1 Maret 2025 .....	91
Gambar 44 isi konten pesan dakwah.....	92
Gambar 45 Konten pesan dakwah syariah .....	94
Gambar 46 Komentar konten .....	94
Gambar 47 Pesan dakwah syariah puasa 4 Maret 2025 .....	95
Gambar 48 Isi konten pesan dakwah syariah .....	96
Gambar 49 Tanggapan komentar dari konten .....	97
Gambar 50 Pesan dakwah syariah puasa 4 Maret 2025 .....	98
Gambar 51. Dalil pada isi konten pesan dakwah .....	99
Gambar 52. Komentar Konten akun instagram @lensamu.....	100
Gambar 53 Pesan dakwah syariah puasa 5 Maret 2025 .....	101
Gambar 54. isi konten pesan dakwah.....	102
Gambar 55 komentar dari konten Instagram @lensamu.....	104
Gambar 56. Pesan dakwah syariah puasa 6 Maret 2025 .....	104
Gambar 57 isi konten pesan dakwah akun instagram @lensamu .....	105
Gambar 58. Komentar konten akun instagram @lensamu .....	107
Gambar 59. Pesan dakwah syariah Zakat 9 Maret 2025 .....	108
Gambar 60. Dalil pada konten akun instagram @lensamu.....	109
Gambar 61. Pesan dakwah syariah puasa 11 Maret 2025 .....	111
Gambar 62. isi konten pesan dakwah.....	112
Gambar 63. Komentar konten akun instagram @lensamu .....	114
Gambar 64. Pesan dakwah syariah puasa 12 Maret 2025 .....	115
Gambar 65. isi konten pesan dakwah.....	116
Gambar 66. Komentar konten instagram akun @lensamu .....	117
Gambar 67. Pesan dakwah syariah puasa 18 Maret 2025.....	118
Gambar 68. isi konten pesan dakwah.....	119
Gambar 69. Pesan dakwah syariah puasa 12 Maret 2025.....	121
Gambar 70. Isi pesan dakwah .....	121
Gambar 71. Komentar isi konten instagram akun @lensamu.....	123
Gambar 72 Pesan dakwah syariah muamalah 19 Maret 2025 .....	124
Gambar 73. Isi pesan dakwah .....	125
Gambar 74. Konten Pesan Dakwah Syariah Muamalah 21 Maret 2025.....	126

## ABSTRAK

*Social media has become a form of technological development in the field of communication. Social media is used by many people to share various things. Social media is used for many things, including preaching. There are many Instagram accounts that contain messages of preaching. These accounts are based on individuals and organizations. One of the community organizations that conveys messages of preaching through Instagram content is Muhammadiyah through its official account @lensamu. This study uses a qualitative research paradigm with a descriptive content analysis method. The analysis method used is Content Analysis by Klaus Krippendorff. The research period was during the month of Ramadan 1446 H or February 28, 2025 - March 30, 2025. This study uses the concept of Sharia preaching messages, which have the categories of worship and community. The results of this study found 26 pieces of content that fall under the Sharia preaching messages of worship and community. Through its content, the Instagram account @lensamu delivers sharia da'wah messages related to the category of worship, namely faith, prayer, zakat, and fasting. Through the content of its sharia da'wah messages on worship, the Instagram account @lensamu preaches to increase worship during Ramadan as a form of servitude to God. In the social category, the Instagram account @lensamu delivers sharia da'wah messages in the form of muamalah. Through its content, the @lensamu Instagram account provides examples of the social role of the Muhammadiyah organization towards fellow human beings. In addition, it encourages people to do good to others as a form of human relations. Overall, the @lensamu da'wah content is oriented towards strengthening personal worship and shaping social ethics, in line with the values of amar ma'ruf nahi munkar in QS. Ali 'Imran verse 110.*

**Keyword :** *Social Media, Da'wah, Instagram, Message Of Da'wah, Analysis Content*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

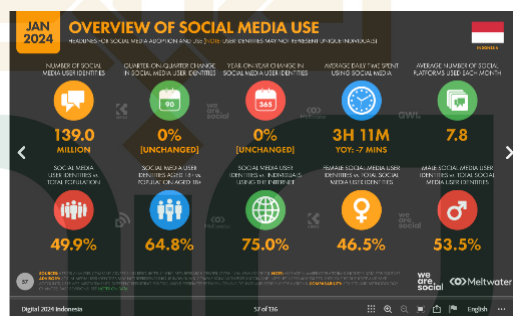
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Media sosial menjadi suatu bagian yang sangat erat dengan kehidupan manusia. Media sosial ini merupakan bentuk dari media yang terhubung melalui jaringan dalam proses pembuatan serta penerimaan pesan (Z. Z. Husna & Aziz, 2021) Melalui media sosial seluruh manusia dapat saling berinteraksi satu dengan lainnya tanpa perlu untuk bertatap muka. Perkembangan dalam media ini memudahkan manusia untuk berinteraksi.

Gambar 1. Data Jumlah Pengguna Media Sosial



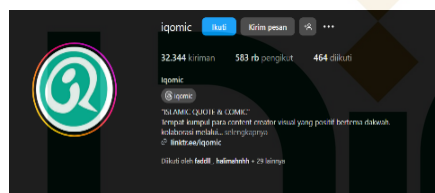
Sumber : Tangkapan Layar We Are Social pada 12 Mei 2025

Kemudahan dalam berinteraksi yang menjadi pendukung dalam maraknya penggunaan media sosial. Saat ini banyak sekali pengguna media sosial di Indonesia. Tercatat per Januari 2024 sejumlah 139 juta pengguna media sosial di Indonesia (We Are Social, 2024). Berdasarkan data tersebut terlihat banyak sekali pengguna media sosial di Indonesia. Terdapat beberapa media sosial yang sering digunakan adalah Instagram, Facebook, Tiktok, dll. Salah satu platform media sosial yang ramai digunakan adalah Instagram. Media sosial ini digunakan untuk berbagai keperluan seperti media informasi, publikasi kegiatan, foto pribadi, dakwah, dll.

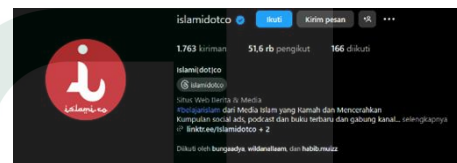
Penggunaan sosial media tak terlepas dari penyampaian pesan. Menurut (Nurhadi, 2017) pesan adalah seluruh yang disampaikan oleh komunikator. Pesan menjadi informasi yang diberikan oleh pengguna Instagram yang membagikan konten kepada penonton atau pengguna Instagram lainnya.

Pesan yang disampaikan dapat berupa pesan dakwah. Pesan dakwah ini merupakan bagian dari komunikasi yaitu *message*. Pesan dakwah ini memiliki sumber kuat atau otoritas sumber utama agama (Bimantara, 2022). Hal ini menjadikannya memiliki dasar kuat sebagai sebuah pesan.

Gambar 2. Akun @icomomic yang berisikan dakwah islam



Gambar 3. Akun Instagram @islamidotco yang berisikan dakwah



Sumber : Tangkapan Layar

Platform Instagram sering digunakan sebagai platform dakwah salah satunya terdapat pada akun @islamidotco dan @icomomic. Kedua akun tersebut menggunakan media sosial Instagram menjadi media dakwah berbasis digital. Dengan Instagram, keduanya membagikan informasi yang berkaitan dengan islam sebagai bentuk dakwah mereka.

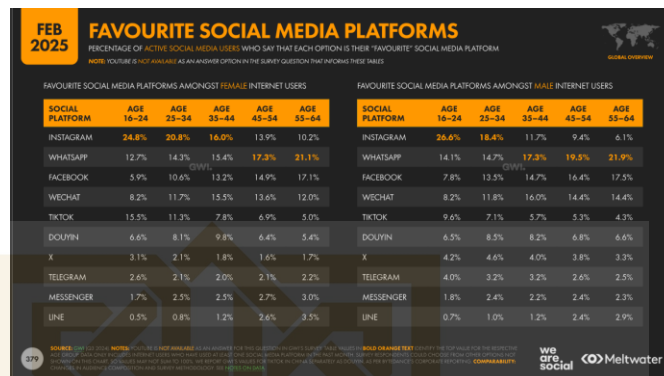
Media sosial Instagram dengan nama akun @islamidotco berfokus pada konten dakwah. Melalui konten-konten yang dibagikannya, mereka memberikan dakwah Islam agar mudah diterima oleh masyarakat. Hal ini bentuk dari pemanfaatan media sosial yang baik dengan digunakan sebagai dakwah. Akun Instagram yang juga berisikan konten dakwah adalah akun dengan nama @icomiq.

Dakwah melalui Instagram juga dilakukan oleh akun @icomiq. Pada akun Instagram ini memberikan konten visual berupa komik dan beberapa video animasi mengenai dakwah. Informasi yang diberikan berupa dakwah-dakwah ringan yang dapat dinikmati serta berinteraksi sesama pengguna Instagram. Penggunaan *platform* Instagram menjadi pilihan tepat karena memiliki banyak pengguna (Sadik, 2023).

Media sosial Instagram memiliki fitur yang dapat dimanfaatkan untuk berbagi informasi melalui jaringan internet. Instagram merupakan *platform* jejaring sosial yang digunakan pengguna untuk berbagi foto serta video secara *online* (Noventa dkk., 2023). Saluran internet inilah yang menjadikan jangkauan yang cukup luas dalam berbagi informasi.

Di media sosial sangat memiliki aneka jenis *platform* media yang dapat digunakan. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube menjadi beberapa jenis media sosial yang mudah ditemukan (Qadir & Ramli, 2024). Diantara jenis media sosial di atas ditemukan data bahwa Instagram menjadi salah satu media sosial yang favorit untuk digunakan.

Gambar 4 Data Pilihan Media Sosial Favorit



Sumber : Tangkapan Layar

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa media sosial Instagram menempati posisi pertama dalam menjadi pilihan media sosial terfavorit. Dengan berbagai fiturnya Instagram menjadikannya pilihan utama sebagai media sosial yang digunakan. Termasuk dalam penggunaan media sosial Instagram sebagai media dakwah.

Dakwah di media sosial ini menjadi suatu bentuk pemanfaatan teknologi sebagai media dakwah. Kemudahan dalam penggunaan media sosial Instagram, membuat banyak dari penggunaanya memanfaatkan untuk membagikan informasi dakwah. Seperti beberapa contoh akun diatas yang telah disebutkan menjadi bukti bahwa terdapat fenomena dakwah berbasis media sosial khususnya Instagram. Dakwah ini menjadi anjuran bagi setiap penganut agama islam. Perihal anjuran dakwah ini sesuai dengan surat Ali-Imron ayat 110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ  
بِاللَّهِ وَلَوْ أَمَّنْ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya :*kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik*

Pada ayat diatas menjadi anjuran untuk berdakwah sebagaimana yang dijelaskan pada kitab tafsir karya M. Quraish Shihab dalam kitab Tafsir Al Misbah. Menurut (Shihab, 2001) Ali Imron Ayat 110 memiliki makna Kamu wahai seluruh umat Muhammad dari generasi ke generasi berikutnya, sejak dahulu dalam pengetahuan Allah adalah umat yang terbaik karena adanya sifat-sifat yang menghiasi diri kalian. Umat yang dikeluarkan, yakni diwujudkan dan dinampakkan untuk manusia seluruhnya sejak Adam hingga akhir zaman. Ini karena kalian adalah umat yang terus-menerus tanpa bosan menyuruh kepada yang *makruf*, yakni apa yang dinilai baik oleh masyarakat selama sejalan dengan nilai-nilai ilahi dan mencegah yang *munkar*, yakni yang bertentangan dengan nilai-nilai luhur, pencegahan yang sampai pada batas menggunakan kekuatan dan karena kalian beriman kepada Allah, dengan iman yang benar sehingga atas dasarnya kalian percaya dan mengamalkan tuntunan-Nya dan tuntunan Rasul-Nya,

Berdasarkan tafsir diatas dapat terlihat bahwa menjadi sebuah kewajiban sebagai seorang muslim untuk melakukan *Amar Ma'ruf Nahi Munkar* (Sadik, 2023). Kalimat *Amar Ma'ruf Nahi Munkar* Dimaknai sebagai sebuah kewajiban dalam berdakwah. Hal ini menjadi sebuah bukti seruan atau ajakan kepada kebaikan. Pemeran atau pelaku dakwah tidak hanya dilakukan secara perorangan namun juga berbasis organisasi.

Organisasi yang melaksanakan dakwah biasanya berupa organisasi berbasis agama. Di Indonesia memiliki beberapa organisasi masyarakat berbasis agama seperti Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama, Persatuan Islam (PERSIS). Berbagai organisasi tersebut melaksanakan dakwahnya masing-masing melalui media yang dimilikinya.

Contoh Organisasi masyarakat berbasis agama yang menerapkan dakwah melalui media sosial adalah Nahdlatul Ulama dan juga Muhammadiyah. Nahdlatul Ulama dengan akun Instagram @nuonline\_id dan Muhammadiyah dengan akun @lensamu. Keduanya memanfaatkan media sosial Instagram yang menjadi akun media resmi organisasinya. Kedua akun tersebut dikelola secara resmi secara organisasi bukan perorangan.

Gambar 6 Konten Instagram Dakwah Akun @lensamu



Gambar 5 Konten Instagram Dakwah @nuonline\_id



Sumber : Tangkapan Layar

Berdasarkan gambar diatas merupakan salah satu contoh dari konten dakwah yang dibuat oleh organisasi masyarakat melalui Instagram resminya. Pada Gambar. 5 merupakan contoh dari konten dakwah yang dibuat oleh Instagram @nuonline\_id. Didalamnya merupakan dakwah yang dikemas dengan audio visual. Pada Gambar 6 diatas ialah konten dari

@lensamu yang dikelola oleh organisasi masyarakat yang berbasis agama yaitu Muhammadiyah. Isi konten tersebut berupa desain visual yang berisikan tuntunan ajaran islam.

Muhammadiyah menyampaikan dakwahnya dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Melalui akun Instagram @lensamu Muhammadiyah berdakwah dengan bentuk konten visual dan audio visual. Muhammadiyah merupakan organisasi berbasis agama yang didirikan oleh KH Ahmad Dahlan pada tanggal 18 November 1912 (Duriani, 2022). Organisasi ini berdiri sebagai organisasi yang berbasis agama.

Muhammadiyah menjadi organisasi yang bergerak dengan tujuan *Tajdid* atau pencerah dengan ciri khas gerakannya yaitu mengembalikan keseimbangan tatanan sosial dan membentuk masyarakat terdidik (Duriani, 2022). Muhammadiyah yang didirikan oleh KH Ahmad Dahlan sangat berfokus kepada tatanan sosial dan pendidikan. Ormas muhammadiyah tercatat telah mendirikan 3334 sekolah di seluruh wilayah indonesia (Dapodikmu Jumlah Sekolah, 2025). Selain itu dalam bidang kemasyarakatan Muhammadiyah memiliki beberapa bidang. Di bidang kesehatan Muhammadiyah memiliki 231 klinik dan 122 rumah sakit, pada bidang sosial kemasyarakatan Ormas Muhammadiyah memiliki panti asuhan, rumah lansia, dan lazismu sebagai lembaga filantropoi (admin, 2026). Hal ini menjadikan Muhammadiyah menjadi salah satu organisasi masyarakat yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat.

Gambar 7. Data Organisasi Masyarakat Terkaya di dunia

**Daftar Organisasi Keagamaan dengan Kekayaan Terbesar di Dunia**

Daftar ini disusun berdasarkan estimasi nilai aset dan investasi yang dimiliki dengan menggunakan perhitungan kurs Rp16.250/USD.

Organisasi Keagamaan	Negara	Kekayaan (Rp)
The Church of Jesus Christ of Latter-Day Saints	Amerika Serikat	4.305 triliun
Catholic Church in Germany	Jerman	767 - 4.315 triliun
Tirumala Tirupati Devasthanams (TTD)	India	505,41 triliun
Muhammadiyah	Indonesia	454,24 triliun
Catholic Church in Australia	Australia	377,72 triliun
Catholic Church in France	Prancis	373,66 triliun
Seventh-day Adventist Church	Amerika Serikat	253,44 triliun
Church of England	Inggris	224,84 triliun
Church of Sweden	Swedia	185,37 triliun
Trinity Church	Amerika Serikat	97,48 triliun

Sumber : Tangkapan layar goodstats.id

Organisasi masyarakat muhammadiyah ini merupakan salah satu organisasi terkaya di dunia. Menurut data goodstats.id Muhammadiyah menempati peringkat 4 sebagai organisasi terkaya di dunia (GoodStats, t.t.). Urutan terkaya keempat ini diperoleh sebagai organisasi masyarakat yang berbasis agama dengan kepemilikan total kekayaan sejumlah 454,24 Triliun. Kekayaan ini merupakan total dari aset milik muhammadiyah.

Muhammadiyah memiliki ideologi yang cukup dikenal yaitu islam berkemajuan. Pada kiprahnya dalam gerakan Muhammadiyah, KH Ahmad Dahlan memberikan implementasi pembaharuan islam melalui 4 hal yaitu Pembaharuan dibidang agama (Teologi), Pembaharuan dibidang intelektual, Pembaharuan dibidang gerakan sosial, dan Pembaharuan dibidang moral dan mental (Duriani, 2022).

Pembaharuan dalam bidang agama atau teologi ini berupa pelurusan ajaran agama islam agar sesuai dengan syariat dari agama islam

sebagaimana yang diajarkan dan disampaikan melalui Al quran dan *Assunnah*. Pembaharuan dibidang agama ini dapat dipahami sebagai pemurnian agama. Ajaran ini menjadi bentuk dakwah Muhammadiyah di berbagai media dakwah.

Dengan adanya berbagai media dakwah salah satunya dakwah di media sosial menjadikan munculnya berbagai fenomena baru. Fenomena yang muncul, Salah satunya adalah dengan konten-konten dakwah namun tidak mencerminkan islam yang baik sebagai *Rahmatan Lil Alamin*. Salah satu contoh konten potongan dakwah yang tidak sesuai adalah melecehkan perempuan.

Gambar 8 Konten Berita Yang Menunjukkan Salah Satu Pendakwah Melecehkan Perempuan



Sumber Tangkapan Layar

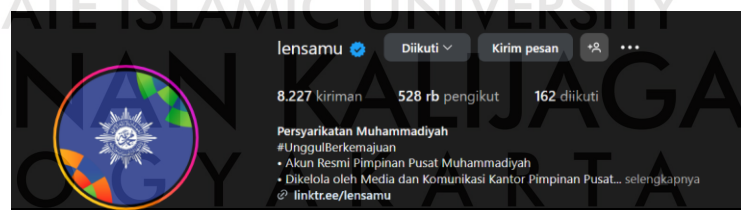
([https://www.Instagram.com/p/DDbxbU9Sg6e/?img\\_index=1&igsh=dWwzYTV5MGszNXJ0](https://www.Instagram.com/p/DDbxbU9Sg6e/?img_index=1&igsh=dWwzYTV5MGszNXJ0))

Dalam konten tersebut seorang pendakwah melecehkan seorang perempuan dengan kata-kata vulgar. Hal ini tidak sesuai dengan agama islam yang menjaga dan memuliakan perempuan. Dakwah seharusnya disampaikan sesuai dengan tuntunan ajaran agama islam. Menurut (Omar, 2016) dalam bukunya menjelaskan bahwa Allah memberikan cara

berdakwah dengan kata *Bil hikmati* atau bijaksana, yang dilaksanakan dengan cara menyesuaikan zaman, dengan lisan, dengan tulisan, asal tidak bertentangan dengan perintah tuhan. Fenomena yang terjadi pada konten tersebut ialah tidak sesuai dengan tuntunan ajaran agama islam. Hal ini menjadikannya adanya ketidak sesuaian antara yang terjadi dengan bagaimana pelaksanaan dakwah yang benar.

Dengan adanya fenomena konten dakwah namun tidak sesuai dengan tuntunan ajaran agama islam, peneliti tertarik untuk melihat lebih dalam mengenai konten-konten dakwah terkhusus di akun media sosial Instagram. Instagram yang menjadi pilihan peneliti ialah akun Instagram milik sebuah organisasi Muhammadiyah yaitu @lensamu. Melihat bagaimana pesan dakwah disampaikan melalui media sosial resmi dari Muhammadiyah. Hal ini dikarenakan organisasi tersebut merupakan organisasi masyarakat berbasis agama islam yang seharusnya memahami bagaimana cara berdakwah.

Gambar 9 Instagram @lensamu



Sumber : Tangkapan Layar tanggal 9 November 2025

Selain itu @lensamu memiliki cukup banyak pengikut di instagram dengan jumlah pengikut 528 ribu. Akun instagram @lensamu juga sudah mendapatkan *Verified* dari instagram berupa badge ceklis biru setelah nama

akun instagram. Lencana atau *badge* ini memiliki tujuan untuk verifikasi sebuah akun asli bukan sebuah akun penipuan (Sa'diyah, 2020). Hal ini sudah dimiliki oleh akun @lensamu yang secara resmi mendapatkan lencana verifikasi.

Akun Instagram @lensamu juga memiliki konsistensi dalam pemberian informasi mengenai agama atau biasa disebut sebagai dakwah. Dalam laman instagramnya terlihat jika selama periode ramadhan 1446 H lalu melakukan posting setidaknya sehari 1 kali postingan dakwah. Pada pra penelitian, peneliti menemukan jumlah konten yang dipublikasikan oleh @lensamu pada Ramadhan 1446 H lebih banyak dengan jumlah 99 konten terposting. Namun pada Ramadhan 1445 H hanya terdapat 61 postingan. Peningkatan jumlah ini menjadi menarik untuk diteliti karena adanya peningkatan jumlah publikasi. Postingan dakwah ini didominasi dengan perihal syariah. Jumlah pesan dakwah berupa syariah ini memiliki jumlah lebih banyak dari periode ramadhan 1445 H. Perbedaan ini menjadi alasan dari penelitian untuk melihat isi pesan dakwah syariah

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan fenomena pada bagian latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana isi pesan dakwah syariah dalam akun instagram @lensamu periode ramadhan 1446 H”

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dari rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas. Maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis isi pesan dakwah syariah dalam akun instagram @lensamu periode ramadhan 1446 H.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun dari dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya di ranah ilmu komunikasi. Peneliti juga berharap dengan penelitian ini dapat dijadikan refrensi penelitian berikutnya terutama penelitian di media sosial mengenai pesan dakwah di media sosial.

#### **2. Manfaat Praktis**

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan gambaran bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan dengan baik melalui sosial media agar tetap sesuai dengan ajaran dan *value* agama islam. Peneliti juga berharap dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan dakwah melalui media sosial agar ilmu agama islam dapat tersebar semakin luas.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Menurut Fink dalam (Zulkifli, 2023) mengungkapkan bahwa tinjauan pustaka diartikan sebagai metode sistematis, eksplisit, serta digunakan peneliti untuk reproduksi dalam identifikasi, evaluasi serta menyintesis kumpulan berbagai tulisan karya yang telah diselesaikan oleh peneliti sebelumnya. Tinjauan pustaka digunakan oleh peneliti sebagai referensi penelitian yang akan dilaksanakan. Hal ini sebagai bentuk pengembangan penelitian dari yang telah dilakukan sebelumnya.

Penelitian pertama yang dijadikan sebagai referensi adalah penelitian milik Fatichatir Rizqiya dengan judul Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial Tiktok @Huseinjafar. Pada penelitiannya mendapati hasil menunjukkan terdapat 21 video konten yang terdapat pesan dakwah akidah, akhlak dan syariah. Pesan akidah meliputi iman kepada Allah berupa keyakinan dan ketaatan seorang hamba terhadap ketetapan Allah SWT. Pesan Akhlak meliputi akhlak kepada Allah, yakni sikap ikhlas, sabar dan syukur seorang hamba terhadap ketentuan dan perintah Allah. Kemudian pesan Akhlak kepada manusia yang membahas bentuk perilaku, tindakan dan ucapan terhadap sesama maupun kepada manusia atau diri sendiri. Terakhir pesan syariah yang membahas tentang keislaman baik tentang ibadah maupun syarat dan ketentuan di dalam ibadah itu sendiri (Rizqiya, 2023).

Terdapat persamaan penelitian dan perbedaan penelitian antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Pada penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu berupa penelitian di media sosial mengenai isi pesan dakwah. Selain itu memiliki jenis periode yang sama yaitu pada saat bulan ramadhan.

Terdapat pula perbedaan dari penelitian yang akan dilaksanakan berupa akun media sosial yang diteliti. Pada penelitian terdahulu media yang menjadi tempat analisis adalah media sosial tiktok sedangkan pada penelitian ini media sosialnya adalah Instagram.

Pada penelitian terdahulu difokuskan kepada akun perseorangan yaitu Habib Husein Ja'far Al Hadar di akun tiktoknya bernama @huseinjafar. Namun pada penelitian ini berupa akun ormas Muhammadiyah melalui akun @lensamu.

Penelitian kedua yang dijadikan referensi penelitian adalah milik Randa Aditia, Muhammad Husni Ritonga dengan judul Analisis Pesan Dakwah Ustadz Khalid Basalamah “Membangun Keluarga Islami” di Media Sosial Instagram. Pada penelitian ini mendapati hasil Ustadz Khalid Basalamah mengajukan dua taktik dakwah yang berbeda dalam hubungan suami-istri. Dakwah suami kepada istrinya menggunakan metode sentimental (al-manhaj al-a'thifi), meliputi tiga model: dakwah dengan pelukan, dakwah dengan kelembutan, dan dakwah dengan keteguhan. Sementara itu, dakwah istri kepada suaminya menggunakan teknik yang

wajar (al-manhaj al-'aqliy), yang terbagi dalam dua model, yaitu dakwah melalui inkuiri dan dakwah melalui narasi (Aditia & Ritonga, 2024).

Terdapat pula persamaan penelitian berupa penelitian berbasis analisis isi pesan dakwah yang berada di media sosial khususnya media sosial Instagram. Keduanya penelitian memilih jenis media yang sama dan memiliki konten-konten dakwah.

Ditemukan pula perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Perbedaan penelitian ini berupa subjek penelitian yang berbeda. Penelitian terdahulu berfokus pada Ustadz Khalid Basalamah sedangkan pada penelitian ini difokuskan kepada akun Instagram @lensamu. Hal ini membedakan dengan jenis kepemilikan akun, pada penelitian terdahulu dimiliki secara pribadi namun pada penelitian ini berupa akun milik organisasi resmi Muhammadiyah.

Selain itu proses analisis pada penelitian terdahulu difokuskan hanya pada dua video atau konten Instagram. Konten tersebut dipilih melalui kategori views dan like yang didapatkan oleh konten tersebut. Namun pada penelitian ini akan dilaksanakan dengan menggunakan satu periode yaitu periode Ramadhan 1446 H.

Penelitian ketiga yang dijadikan referensi adalah milik Salsabila Thifal, Dewi Anggrayni, Salati Asmahasanah dengan judul Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husain Basyaiban @Basyasman. Penelitian ini mendapati hasil yang menunjukkan bahwa Pesan dakwah yang terdapat dalam Instagram @basyasman dari rentang waktu 13

Januari 2022 –21 Oktober 2022 membahas tentang pesan dakwah aqidah. Pesan dakwah aqidah terdapat 5 unggahan yang membahas tentang perintah dan anjuran untuk selalu menaati Allah dan menumbuhkan cinta kepada Allah dan Rasul Allah dengan mematuhi rukun iman.

Pada penelitian ini mendapati persamaan yaitu menganalisis pesan dakwah di media sosial. Penelitian ini pula juga menggunakan periode dalam publikasi konten yang hendak diteliti. Persamaan lainnya adalah letak media yang diteliti yaitu di media sosial Instagram. Persamaan ini yang melandasi pemilihan penelitiannini menjadi tinjauan pustaka.

Didapati pula perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan berupa pada subjek penelitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada akun @basyaman sedangkan pada penelitian ini berfokus pada @lensamu. Perbedaan juga terlihat di periode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan periode 7 bulan. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan periode yang berkaitan dengan ramadhan. Periode ramadhan dipilih karena sebagai waktu yang memiliki ciri khas sebagai bulannya agama islam.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	<p>Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial Tiktok @huseinjafar</p> <p>Fatichatir Rizqiya</p>	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat 21 video konten yang terdapat pesan dakwah akidah, akhlak dan syariah. Pesan akidah meliputi iman kepada Allah berupa keyakinan dan ketaatan seorang hamba terhadap ketetapan Allah SWT. Pesan Akhlak meliputi akhlak kepada Allah, yakni sikap ikhlas, sabar dan syukur seorang hamba terhadap ketentuan dan perintah Allah. Kemudian pesan Akhlak kepada manusia yang membahas bentuk perilaku, tindakan dan ucapan terhadap sesama maupun kepada manusia atau diri sendiri. Terakhir pesan syariah yang membahas tentang keislaman baik tentang ibadah maupun syarat dan ketentuan di dalam ibadah itu sendiri (Rizqiya, 2023).</p>	<p>Pada penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu berupa penelitian di media sosial mengenai isi pesan dakwah. Selain itu memiliki jenis periode yang sama yaitu pada saat bulan ramadhan</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini adalah akun media sosial yang diteliti. Pada penelitian terdahulu difokuskan kepada akun perseorangan yaitu Habib Husein Ja'far Al Hadar di akun tiktoknya bernama @huseinjafar. Namun pada penelitian ini berupa akun ormas Muhammadiyah melalui akun @lensamu.</p>
2	<p>Analisis Pesan Dakwah Ustadz Khalid Basalamah "Membangun Keluarga Islami" Di Media Sosial Instagram</p> <p>Randa Aditia dan Muhammad Husni Ritonga</p>	<p>Ustadz Khalid Basalamah mengajukan dua taktik dakwah yang berbeda dalam hubungan suami-istri. Dakwah suami kepada istrinya menggunakan metode sentimental (al-manhaj al-a'thifi), meliputi tiga model: dakwah dengan pelukan, dakwah dengan kelembutan, dan</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu berupa penelitian berbasis analisis isi pesan dakwah yang berada di media sosial khususnya</p>	<p>Perbedaan penelitian ini berupa subjek penelitian yang berbeda. Penelitian terdahulu berfokus pada Ustadz Khalid Basalamah sedangkan pada penelitian ini difokuskan kepada akun Instagram @lensamu. Selain itu proses analisis pada penelitian terdahulu</p>

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		dakwah dengan keteguhan. Sementara itu, dakwah istri kepada suaminya menggunakan teknik yang wajar (al-manhaj al-'aqliy), yang terbagi dalam dua model, yaitu dakwah melalui inkuiri dan dakwah melalui narasi (Aditia & Ritonga, 2024).	media sosial Instagram.	difokuskan hanya pada dua video atau konten Instagram. Namun pada penelitian ini akan dilaksanakann dengan menggunakan satu periode yaitu periode ramadhan.
3	Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husain Basyaiban @Basyasman  Salsabila Thifal, Dewi Anggrayni, Salati Asmahasanah Jurnal Multidisiplin Ilmu	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pesan dakwah yang terdapat dalam Instagram @basyasyman dari rentang waktu 13 Januari 2022 –21 Oktober 2022 membahas tentang pesan dakwah aqidah. Pesan dakwah aqidah terdapat 5 unggahan yang membahas tentang perintah dan anjuran untuk selalu menaati Allah dan menumbuhkan cinta kepada Allah dan Rasul Allah dengan mematuhi rukun iman	Persamaan pada penelitian ini adalah dengan menganailisis pesan dakwah di media sosial. Penelitian in pula juga menggunakan periode dalam publikasi konten yang hendak diteliti. Persamaan lainnya adalah letak media yang diteliti yanti di media sosial Instagram	Perbedaan penelitian terlihat pada subjek penlitian. Pada penelitian terdahulu berfokus pada akun @basyaman sedangkan pada penelitian ini berfokus pada @lensamu. Perbedaan juga terlihat di periode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan periode 7 bulan. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan periode yang berkaitan dengan ramadhan

Sumber : Olahan Peneliti

## **F. Landasan Teori**

### **1. Pesan Komunikasi**

Pesan menjadi bagian dari salah satu unsur penting dalam komunikasi. Pesan memiliki banyak definisi untuk dapat dipahami. Menurut (Nurhadi, 2017) pesan adalah seluruh yang disampaikan oleh komunikator. Informasi yang disampaikan ini menjadi sesuatu yang dimaknai sebagai pesan.

Terdapat penjelasan lain mengenai definisi dari pesan. Pesan dalam proses sebuah komunikasi diartikan sebagai sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima baik berupa pembicara kepada pendengar maupun berupa penulis kepada pembaca (Pala dkk., 2023). Berdasarkan kedua definisi diatas dapat disimpulkan jika pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan komunikan kepada komunikator yang dapat disampaikan secara langsung maupun melalui perantara. Pesan dalam proses komunikasi juga melibatkan cara dalam penyampaiannya.

Pesan disampaikan melalui dua jalur, yang pertama yaitu langsung atau *face to face* atau lisan dan yang kedua adalah menggunakan media/saluran (Nurhadi, 2017). Kedua jalur ini menjadi media dalam penyampaian pesan dari komunikan kepada komunikator. Penggunaan media penyampaian pesan disesuaikan dengan kebutuhan dari komunikan.

a. Bentuk pesan

Pesan yang dibuat dalam proses komunikasi idealnya terbagi menjadi tiga jenis. Menurut (Nurhadi, 2017) pesan dibagi menjadi tiga jenis yaitu Informatif, Persuasif, dan Koersif.

**1) Informatif**

Pesan idealnya memberikan informasi yang jelas. Pesan memberikan informasi yang kemudian dapat disimpulkan (Nurhadi, 2017). Pesan yang telah disampaikan diterima informasinya kemudian disimpulkan sebagai pemahaman dari penerimanya.

**2) Persuasif**

Pesan juga dapat berbentuk ajakan atau bujukan. Menurut (Nurhadi, 2017) pesan persuasif yakni membangkitkan pengertian atau pemahaman serta kesadaran seseorang yang akan menghasilkan pendapat atau sikap perubahan. Pesan persuasif ini menjadi informasi yang mengajak komunikasi dalam melakukan suatu hal.

**3) Koersif**

Koersif dimaknai sebagai pesan yang bersifat memaksa menggunakan ancaman seperti sanksi-sanksi (Nurhadi, 2017). Pesan ini berupa ancaman yang diberikan kepada komunikasi.

## 2. Pesan Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan untuk memberikan atau mengajak. Menurut Luis Ma'luf dalam (N. Husna, 2021) dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *duaan*, *da'wahu*, berarti menyeru atau mengajak. Dalam konteks ini dapat dakwah dimaknai sebagai ajakan atau menyeru dalam ajaran islam. Dakwah yang berupa ajakan kepada ajaran islam ini dapat disampaikan oleh siapapun.

Ajakan atau dakwah ini memiliki banyak aspek yang bisa disampaikan. Dakwah dibagi menjadi dua kategori yaitu Dakwah Umum (*da'wah al awwam*) dan Dakwah Khusus (*da'wah al khawwas*) (Sadik, 2023). Pertama dakwah umum yang berisikan seruan atau ajakan yang bersifat kewajiban seperti sholat, puasa, dan sebagainya. Hal ini menjadi dakwah yang yang dibebankan kepada setiap umat muslim. Pada Dakwah khusus ini berisikan ajaran yang diperlukan ilmu khusus atau pendalaman materi secara detail Pada dakwah khusus ini biasanya berupa Ilmu Fiqh, Tafsir, Ilmu Hadits, dll. Dakwah ini dibebankan kepada para ahli dari masing-masing keilmuan.

Isi dakwah yang dapat disampaikan disebut sebagai pesan dakwah. Terdapat beberapa penjelasan dari pesan dakwah itu sendiri. Pesan dakwah dapat diartikan sebagai isi materi yang disampaikan oleh *dai* kepada *mad'u* (Thifal dkk., 2023). Pesan dakwah merupakan isi pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Terdapat pula penjelasan lain bahwa pesan dakwah merujuk pada isi

dakwah yang dapat berupa kata, gambar, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan, pemahaman bahkan perubahan sikap serta perilaku penerima dakwah (Rina dkk., 2022).

Pesan dakwah ini memiliki sumber kuat atau otoritas sumber utama agama (Bimantara, 2022). Materi dakwah tidak bisa diisi dengan pesan sembarangan. Menurut (Mujahid & Arif, 2022) pesan dakwah atau materi dakwah bersumber pada dua sumber utama pokok ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Al-hadist. Kedua landasan ini menjadi alasan kuat tentang isi pesan yang disampaikan.

Pesan dakwah ini memiliki beberapa jenis pesan sebagaimana yang disebutkan diatas. Penyampaian pesan dakwah juga memiliki beberapa jalur. Menurut (Al Aziiz, 2020) Pesan dakwah dapat disampaikan melalui dua jalur yaitu *dakwah bil lisan* (menngunakan ucapan) yang dapat dilakukan melalui tulisan surat kabar, siaran radio, internet, dll dan yang kedua adalah *dakwah bil hal* (mengggunakan perilaku). Kedua jalur ini menjadi cara dakwah disampiaikan kepada penerima pesan atau *Mad'u*.

#### a. Unsur Dakwah

##### 1) *Da'i*

*Da'i* merupakan orang yang menyampaikan pesan dakwah baik melalui lisan, tulisan, individu, kelompok maupun organisasi (Munir & Illahi, 2006). *Da'i* dalam komunikasi dapat disebut

sebagai komunikator atau pemberi informasi. Dalam konteks ini Da'I memberikan informasi mengenai agama.

## 2) *Mad'u*

*Mad'u* dapat diartikan sebagai penerima pesan dakwah atau sasaran dakwah (Munir & Illahi, 2006). Dalam hal ini *Mad'u* berada di posisi komunikan atau sang penerima pesan.

## 3) *Maddah*

Pesan dakwah atau disebut *Maddah* merupakan isi pesan yang disampaikan kepada penerima dakwah (Munir & Illahi, 2006). Pada bagian ini dapat diartikan sebagai isi pesan yang hendak disampaikan.

## 4) *Wasilah*

*Wasilah* atau media dakwah ini merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan (Munir & Illahi, 2006). Dalam komunikasi *Wasilah* menempati posisi media atau alat yang digunakan. Terdapat berbagai media yang dapat digunakan. Menurut Hamzah Ya'qub dalam (Munir & Illahi, 2006) menyebutkan terdapat 5 media dakwah yang dapat digunakan yaitu lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, akhlak.

## 5) *Thariqah*

*Thariqah* dapat diartikan sebagai jalan atau metode dakwah (Munir & Illahi, 2006). Dalam penyampaian pesan dakwah perlu menyusun metode dakwah

## 6) *Atsar*

*Atsar* atau efek dari dakwah dapat disebut juga *feedback* yang didapat setelah mendapatkan pesan dakwah (Munir & Illahi, 2006). Efek ini dapat dilihat setelah penyampaian pesan dakwah kepada penerima dakwah.

### b. Materi Dakwah

Materi dakwah merupakan isi pesan yang disampaikan. Menurut (Munir & Illahi, 2006) materi dakwah atau pesan dakwah yang disampaikan terbagi menjadi 4 bagian yaitu:

#### 1) Masalah Akidah

Materi dakwah yang pertama berupa masalah Akidah atau keimanan. Menurut (Munir & Illahi, 2006) Yang pertama menjadi materi adalah masalah akidah atau keimanan. Hal ini karena menjadi landasan utama dari beragama islam.

#### 2) Masalah Syariah

Perihal syariah atau hukum menjadi aturan yang berlaku dalam melaksanakan syariat islam. Syariat islam merupakan hal yang komprehensif dalam seluruh kehidupan manusia yang diciptakan untuk memenuhi ketentuan dari kehendak ilahi (Munir & Illahi, 2006). Syariat yang menjadi ketentuan ini perlu disebarkan secara masif agar beragama sesuai dengan ketentuan yang telah diatur oleh agama.

Materi syariah berisikan segala sesuatu yang diperintahkan oleh Tuhan kepada umatnya. Menurut (Nurazizah & Syam, 2022) syariah berupa aturan dan tuntunan agama yang langsung diperintahkan Allah kepada hamba-Nya yang berkaitan dengan urusan agama seperti salat, puasa, haji, zakat, dan seluruh amal baik lainnya.

### 3) Masalah Muamalah

Muamalah merupakan istilah yang memiliki makna pada interaksi dan transaksi individu maupun kelompok dalam konteks sosial dan ekonomi (Rodia Rotani Rianda dkk., 2024). Dalam hal ini muamalah berkaitan erat dengan hubungan antar manusia dalam sudut pandang agama. Menurut (Munir & Illahi, 2006) dalam bukunya menjelaskan bahwa agama Islam lebih menekankan terkait muamalah daripada ibadah. Islam mengajarkan dan telah membuat ketentuan bagaimana bentuk dari interaksi antar individu. Konsep muamalah dapat dipahami pula dengan aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dan benda (Nurazizah & Syam, 2022). Muamalah dipahami sebagai segala bentuk perilaku manusia kepada sesama manusia ataupun kepada benda, hewan, dan lain-lain.

#### 4) Masalah Akhlak

Akhlak berkaitan erat dengan temperatur batin atau tabiat yang berpengaruh pada perilaku manusia (Munir & Illahi, 2006). Dalam hal ini dakwah berkaitan bagaimana sikap dan berperilaku menjadi hal yang penting dalam dakwah.

#### c. Dakwah Syariah

Syariah merupakan salah satu dari bagian isi atau pesan dakwah yang disampaikan. Terdapat pengertian mengenai syariat diantaranya yang dijelaskan oleh Abdul Rahman dalam (Qaradhawi, 2003, p.13) menyatakan bahwa syariat berasal dari bahasa Arab syara'a yang diartikan sebagai menerangkan atau menjelaskan sesuatu (Arwani, 2022). Syariat ini digunakan untuk menjelaskan suatu hal yang berkaitan dengan berbagai perkara.

Syariah atau syariat secara terminologi diartikan sebagai seperangkat alat norma ilahi yang digunakan untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah, manusia dengan sesamanya dalam hal sosial serta hubungan manusia dengan makhluk lain di lingkungannya (Ali, 2019). Syariat dapat juga diartikan sebagai apa yang telah disyariatkan Allah dari hukum-hukum-Nya (syariat Allah) (Arwani, 2022). Oleh karena itu syariat-syariat ini berisikan berbagai perkara hukum yang mengatur berbagai perkara. Hal ini diartikan sebagai hukum Islam.

Hukum islam memiliki beberapa ruang lingkup. Menurut (Ali, 2019) ruang lingkup hukum islam ialah sebagai berikut.

1) Ibadah

a) Iman

Kata iman berasal dari bahasa Arab “*amana-yu’minu- imanan*” yang artinya percaya atau membenarkan (Martiansa dkk., 2022). Konsep iman dipahami dengan mempercayai suatu hal secara penuh. Iman dalam islam berkaitan erat dengan hal Rukun Iman. Rukun iman terdiri atas iman kepada Allah, malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasulNya, hari kiamat, dan takdir-Nya (Bella Adelia dkk., 2025). Rukun iman ini menjadi perihal yang harus dipegang oleh penganut agama islam.

b) Shalat

Sholat menurut Imam Ar-Rofi’ie dalam (Maryam, t.t.) اقوال وافعال مفتحة بالتكبير ومختتمة بالتسليم بشرائط مخصوصة (t.t.) yang artinya perbuatan dan perkataan yang dimulai dengan takbir dan diakhiri dengan salam dengan syarat-syarat yang telah ditentukan. Sholat merupakan sebuah rangkaian ibadah yang dilakukan oleh seorang muslim.

c) Zakat

Zakat merupakan bagian dari rukun islam dan merupakan sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan (Hafizhan & Sardiana, 2024). Zakat dikeluarkan oleh seseorang yang diserahkan kepada orang yang membutuhkan sesuai dengan syariat islam. Menurut (Hafizhan & Sardiana, 2024) terdapat beberapa Golongan yang berhak menerima zakat yaitu (1)fakir; (2)miskin; (3)Amil Zakat; (4)mu'allaf; (5)Gharimin; (6) ibnu sabil; (7) fi sabilillah; dan (8)riqab

d) Puasa

Puasa memiliki banyak penjelasan diantaranya adalah pengertian dari Ibn Kasir bahwa puasa adalah menahan diri dari makan, minum, dan berjimak disertai niat yang ikhlas karena Allah Yang Maha Mulia dan Maha agung karena puasa mengandung manfaat bagi kesucian, kebersihan, dan kecemerlangan diri dari percampuran dengan keburukan dan akhlak yang rendah (Septiana, 2024). Dapat diartikan sebagai sebuah ibadah menahan hawa nafsu dari makan dan seks yang dilakukan oleh umat muslim. Puasa secara garis besar dibagi menjadi 2 yaitu puasa wajib dan sunah (Septiana, 2024). Puasa wajib berupa Puasa Ramadhan, Puasa Qadha, Puasa Kafarat,

dan Puasa nazar. Sedangkan puasa sunah terdiri dari Puasa Daud, Puasa Senin-Kamis, Puasa Ayyamul Bidh, Puasa Arafah, Puasa Asyura, Puasa Tasua, dan Puasa Bulan Sya'ban.

e) Haji

Haji menjadi bagian yang diatur dalam agama islam. Ibadah haji berhukum wajib bagi yang memenuhi syarat (Bakarbesy dkk., 2025). Ibadah haji ini memiliki beberapa syarat yang perlu dipenuhi agar bisa menjadi kategori wajib. Syarat pelaksanaannya perlu memenuhi islam, kedewasaan fisik dan mental, kebebasan, serta kemampuan (Bakarbesy dkk., 2025).

2) Kemasyarakatan

a) Muamalah

Dalam konsep muamalah ini berkaitan dengan mengatur harta benda yang dimiliki (Wibowo, 2021). Hal ini berkaitan dengan harta yang dimiliki seseorang seperti hutang, jual beli, sewa menyewa, dan lain-lain. Menurut (Nurazizah & Syam, 2022) Muamalah merupakan aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dan benda.

b) Munakahat

Menurut (Wibowo, 2021) Munakahat adalah ketentuan hukum yang mengatur urusan pernikahan dan perceraian beserta segala akibatnya, seperti masa iddah, keturunan (nasab), kewajiban nafkah, hak perwalian atau pengampuan, pewarisan, dan aspek terkait lainnya.

c) Ukubat

Ukubat merupakan hukum yang membahas terkait pidana (Wibowo, 2021). Hal ini berkaitan dengan berzina, mencuri, mabuk, pembunuhan, dan lain sebagainya.

### 3. Media Sosial Instagram

Terdapat banyak jenis media sosial yang tersedia pada saat ini. Media sosial dapat dijelaskan sebagai situs atau aplikasi *online* yang memberikan kesempatan penggunanya untuk membuat profil, mengundang teman, mengajak teman, saling berkomunikasi, berkiriman pesan, berbagi, serta berjejaring (Prajarini, 2020). Berdasarkan definisi di atas maka dapat dijelaskan bahwa media sosial merupakan sebuah tempat dimana manusia memungkinkan untuk berinteraksi melalui jaringan Internet.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah media sosial Instagram. Menurut (Prajarini, 2020) Instagram dapat didefinisikan sebagai *platform* media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Media sosial Instagram ini memberikan kesempatan

penggunanya untuk membagikan berbagai konten mulai dari foto hingga video.

Terdapat pula definisi Instagram menurut Atmoko dalam (Sutrisno & Mayangsari, 2022) yang menyatakan bahwa Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan *caption*. Berdasarkan definisi tersebut memberikan penjelasan yang serupa jika Instagram merupakan *platform* yang memberikan kesempatan penggunanya membagikan konten berupa gambar, foto, video, dan *caption*.

#### a. Fitur Instagram

Dalam Instagram tentunya memiliki beberapa fitur penunjang aplikasi. Menurut (Prajarini, 2020) terdapat sembilan fitur yang disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh penggunanya yaitu:

##### 1) *Like*

Fitur *Like* atau menyukai ini digunakan untuk menyukai konten yang disebar oleh pengguna lain.

##### 2) *Share*

Fitur ini memungkinkan penggunanya untuk membagikan konten Instagram kepada pengguna lainnya.

### **3) *Comment***

Pada fitur ini memberikan kemungkinan kepada penggunanya memberikan tanggapan untuk konten yang dibuat.

### **4) *Direct Message***

Pada fitur ini memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk berbagi pesan kepada pengguna lainnya. *Direct Message* merupakan pesan pribadi di Instagram yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan langsung kepada satu atau lebih pengguna lain (Uddin dkk., 2024).

### **5) *Follow dan Followers***

Fitur ini memungkinkan bagi penggunanya untuk saling mengikuti antara akun satu dengan lainnya.

### **6) *Feed***

Feed Instagram merupakan fitur berupa konten yang ditampilkan di kisi profil akun penggunanya

### **7) *Story***

Fitur ini memungkinkan penggunanya membagikan konten yang bertahan selama 24 jam.

### **8) *Highlight***

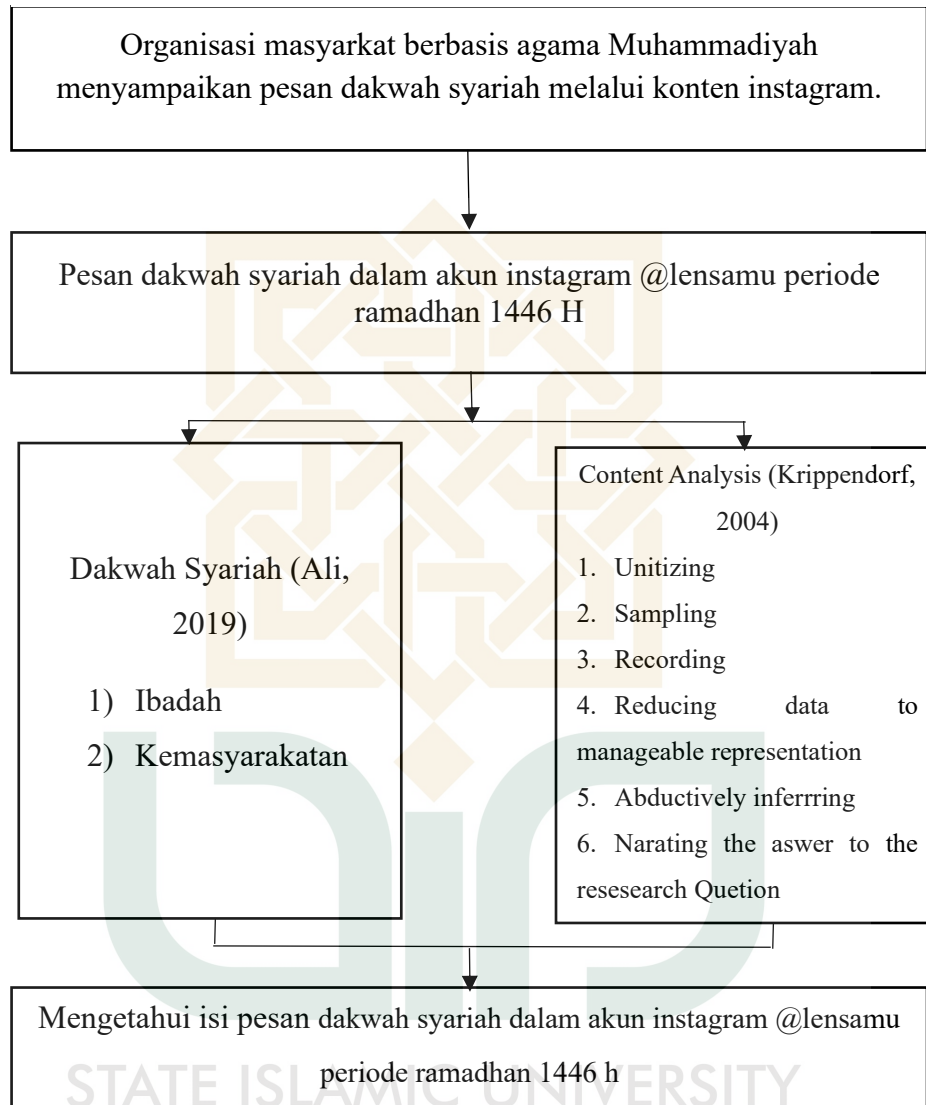
Fitur ini memungkinkan pengguna apabila menginginkan konten dalam story bertahan dalam jangka panjang dan dapat dilihat kembali oleh follower kapan pun

### 9) *Live Streaming*

Pada fitur ini biasa digunakan untuk melakukan promosi - promosi pendek maupun tanya jawab dengan pelanggan



Tabel 2 Kerangka Pemikiran



Sumber :Olahan Peneliti

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan paradigma kualitatif dengan metode Analisis Isi deskriptif. Penggunaan paradigma kualitatif ini ditujukan untuk memahami secara mendalam terkait objek penelitian yang hendak diteliti. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari kualitatif yaitu digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam suatu data yang mengandung makna (Rizqiya, 2023). Dengan penelitian kualitatif dapat memberikan hasil penelitian yang lebih mendalaam.

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Menurut (Eriyanto, 2015) Analisis Isi Deskriptif digunakan untuk menjelaskan isi pesan atau suatu teks tertentu. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan dengan jenis penelitian analisis isi deskriptif sesuai dengan penelitian ini karena ingin menjelaskan isi dari pesan.

### **2. Jenis dan Sumber data**

#### **a. Data Primer**

Pada penelitian ini data diambil langsung melalui konten-konten yang terdapat pada Instagram @lensamu. Data yang diambil melalui proses *sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Dalam teknik *Purposiv Sampling* pemilihan sampel menggunakan sub-sub yang dipilih (Gainau, 2016). Teknik ini digunakan untuk memilah konten yang hanya berkaitan dengan penelitian. Pada penelitian ini

menggunakan *sampling* yang memisahkan konten lainnya berdasarkan periode dan jenis konten. Menurut (Eriyanto, 2015) jenis metode *sampling* ini digunakan untuk melihat isi tren dan melihat secara waktu dengan bersamaan. Berdasarkan jenis data diatas maka peneliti menentukan konten yang digunakan adalah konten yang memenuhi syarat sebagai berikut :

- 1) Selama periode Ramadhan 1446 H (28 Februari 2025 - 30 Maret 2025)
- 2) Konten berisikan materi dakwah Iman, Shalat, Zakat, Puasa, dan Haji

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan jenis data yang didapatkan secara tidak langsung dapat berupa catatan, buku, jurnal, dll (Arvyanda dkk., 2023). Pada penelitian ini memanfaatkan data sekunder untuk memaksimalkan analisis yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti memanfaatkan jurnal, catatan, serta penelitian yang telah dilakukan sebagai data sekunder penelitian.

### **3. Subjek dan Objek penelitian**

Terdapat beberapa definisi dari subjek penelitian. Subjek penelitian menurut (Nashrullah dkk., 2023) adalah objek atau yang diteliti oleh peneliti melalui cara observasi, membaca, atau tanya jawab. Subjek pada penelitian ini adalah akun Instagram @lensamu. Akun tersebut menjadi bagian yang diteliti oleh peneliti.

Objek penelitian merupakan suatu hal yang menjadi fokus pada penelitian yang dilakukan (Marbun dkk., 2021). Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah pesan dakwah yang ada di akun @lensamu. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial Instagram merupakan objek dari penelitian.

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

Pada pelaksanaan penelitian tentunya melalui teknik pengumpulan data. Pengumpulan data ialah teknik atau cara peneliti dalam mengumpulkan data (Gainau, 2016). Pengumpulan data ini menjadi cara peneliti mendapatkan data data yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian.

Penjabaran lain mengenai pengumpulan data adalah suatu proses yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan menjangkau dan mengetahui fenomena, informasi, yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan (Bakhrudin All Habsy dkk., 2024). Pada pengertian diatas dapat diambil kesimpulan jika pengumpulan data menjadi suatu proses dalam sebuah penelitian untuk menangkap informasi yang berkaitan dengan penelitian. Data - data yang telah diperoleh akan diolah untuk dijadikan sebagai sebuah hasil dari penelitian yang dilaksanakan. Terdapat beberapa cara yang akan peneliti gunakan dalam teknik pengumpulan data yaitu :

### **a. Observasi**

Terdapat beberapa penjelasan dan definisi dari observasi dalam proses pengumpulan data. Menurut Dimiyati dalam (Gainau, 2016) menyatakan bahwa observasi merupakan interaksi antara peneliti dengan subjek penelitian maupun informasi. Peneliti menggunakan observasi kepada Akun Instagram @lensamu yang menjadi subjek dari penelitian yang dilaksanakan.

Penjelasan lainnya adalah menurut Nawawi dalam (Gainau, 2016) ialah proses pengamatan serta pencatatan terhadap unsur yang tampak sebagai suatu gejala dalam objek penelitian.

Observasi ini digunakan untuk melihat gejala atau fenomena secara sistematis dalam pelaksanaan penelitian.

### **b. Dokumentasi**

Pada metode dokumentasi peneliti menyelidiki dokumen-dokumen seperti buku, dan tulisan tulisan (Gainau, 2016).

Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk meninjau data-data berupa teks atau tulisan yang menjadi data penelitian. Data

teks disini dapat berupa isi dari konten Instagram yang akan diteliti. Konten yang menjadi kategori dalam penelitian diolah dan dianalisis secara mendetail.

## 5. Teknik analisis Data

Tahap selanjutnya ialah analisis data. Menurut Taylor (Gainau, 2016) dalam menjelaskan bahwa analisis data merupakan proses yang merinci dalam usaha untuk menemukan tema dan hipotesis. Tahapan ini menjadi sebuah tahapan utama dalam menjelaskan fenomena pada penelitian yang dilaksanakan. terdapat berbagai jenis teknik analisis data yang bisa dilakukan.

Pada penelitian ini menggunakan jenis teknik analisis data berjenis *Content Analysis* milik Klauss Krippendorf. Pada bukunya menjelaskan terdapat enam komponen dalam teknik analisis data. Menurut (Krippendorf, 2004) komponen *Content Analysis* adalah *Unitizing, Sampling, Recording/coding, Reducing Data To Managable Represetaition, Abductively Inferring, dan Narrating The Answer To The Research Qestion*. Keenam komponen tersebut dijadikan peneliti sebagai tahapan dalam penelitian. Penjelasan

terkait enam komponen tersebut yaitu:

### a. *Unitizing*

Mengumpulkan teks, gambar, suara, serta variabel lainnya yang berkaitan dengan penelitian (Krippendorf, 2004). Pada tahapan ini digunakan mengumpulkan teks-teks yang akan diteliti. Teks disini dimaknai dengan konten-konten yang ada

di akun @lensamu. Konten tersebut dikumpulkan menjadi sebuah data yang akan di analisis.

**b. *Sampling***

*Sampling* memungkinkan peneliti mengurangi cakupan penelitian sesuai dengan sub unit penelitian yang mewakili seluruh populasi (Krippendorff, 2004). Dengan *sampling* ini peneliti melakukan pengambilan sampel yang sampel konten dakwah yang dibatasi melalui periode waktu. Periode waktu yang diambil adalah periode Ramadhan 1446H.

**c. *Recording/Coding***

Pada tahap ini peneliti menentukan tiap kategori-kategori konten dakwah. Menurut (Krippendorff, 2004) *recording/coding* dilakukan untuk mengubah teks asli, gambar, atau suara mentah menjadi representasi yang dapat dianalisis. Dengan mengkategorikan jenis pesan dakwah maka memudahkan dalam pelaksanaan analisis dari data yang telah dikumpulkan.

**d. *Reducing Data To Manageable Representation***

Pada tahap *Reducing* peneliti menyederhanakan data yang diperoleh. Proses ini bertujuan mengurangi teks beragam menjadi hal yang penting dalam penelitian (Krippendorff,

2004). Pada tahapan ini peneliti menjelaskan bagian bagian yang akan dianalisis yaitu bagian yang berisikan dakwah

***e. Abductively Inferring***

Peneliti menjelaskan hasil temuannya dari tiap tiap teks yang dianalisis. Tahap ini ditujukan untuk menjembatani atau menjelaskan antara isi, apa maknanya, refrensi, Implikasi dan pemicu (Krippendorf, 2004). Melalui tahapan ini peneliti menyimpulkan makna dari konten yang diteliti.

***f. Narrating The Answer To The Research Quetion***

Menarasikan hasil dari penelitian dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian (Krippendorf, 2004). Tahapan ini menjelaskan dari isi serta menjawab rumusan masalah penelitian yang dilakukan.

**6. Keabsahan Data**

Pada penelitian ini peneliti melakukan verifikasi data dengan melakukan triangulasi. Triangulasi yang digunakan ialah triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan membandingkan antara data yang diperoleh dengan informan yang berbeda dari subjek penelitian (Ulfatin, 2015). Pada tahapan ini peneliti mengkonfirmasi temuan kepada sumber terkait kebenarannya.

Peneliti menggunakan keabsahan data sumber dan memilih Dr. Yayan Suryana, M.Ag menjadi sumber yang akan dijadikan triangulasi. Pemilihan beliau sebagai keabsahan dikarenakan sumber merupakan praktisi dakwah. Hal ini diperkuat dengan beliau menjadi bagian dari bidang tarjih Pimpinan Wilayah Muhammadiyah D.I. Yogyakarta. Tugas bidang tarjih ialah melakukan pengkajian ajaran agama Islam untuk menjadi pedoman baik warga Persyarikatan maupun umat Islam (Ilham, 2021). Berdasarkan tugas tersebut maka tepatlah pemilihan beliau sebagai pakar dakwah karena memiliki pemahaman kuat mengenai ajaran islam.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pada penelitian ini mengkategorikan pesan dakwah syariah kedalam 2 jenis yaitu ibadah dan kemasyarakatan. Melalui kontennya akun instagram @lensamu memberikan pesan dakwah syariah berkaitan dengan kategori ibadah yaitu iman, sholat, zakat, dan puasa. Melalui konten pesan dakwah syariah ibadah akun instagram @lensamu berdakwah untuk meningkatkan ibadah di bulan ramadhan. Hal ini menjadi bentuk ketaqwaan seorang umat muslim kepada tuhan.

Pada kategori kemasyarakatan akun instagram @lensamu memberikan pesan dakwah syariah berupa muamalah. Melalui kontennya akun instagram @lensamu memberikan contoh peran sosial organisasi Muhammadiyah kepada sesama manusia. Selain itu memberikan anjuran untuk berbuat baik kepada sesama sebagai hubungan manusia kepada manusia. Tiap konten yang diunggah memanfaatkan fitur feeds dan reels instagram dalam penyampaian. Pesan dakwah syariah ini sangat sesuai dengan anjuran dari al quran surat Ali-Imron ayat 110 yang menganjurkan beramal baik dan menjauhi kemunkaran serta menjadi umat yang beriman.

## B. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, terdapat kemungkinan adanya kekurangan, baik dalam proses pelaksanaan maupun dalam penyusunan penelitian. Keterbatasan tersebut ditinjau dari aspek metode penelitian yang digunakan, unit analisis yang digunakan, serta ruang lingkup pembahasan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah disusun, peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

### 1. Bagi pengelola Akun Instagram @lensamu

Pengelola akun instagram @lensamu, disarankan untuk lebih meningkatkan dalam memanfaatkan fitur komentar di instagram melalui hasil penelitian banyak pertanyaan lebih lanjut dari isi pesan dakwah syariah yang disampaikan. Pertanyaan singkat tersebut diharapkan dapat meningkatkan interaksi dengan followers

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian pada bagian pemanfaatan fitur secara optimal. Selain itu penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil subjek yang berbeda untuk meningkatkan keberagaman penelitian dan perkembangan penelitian dalam dunia ilmu komunikasi.

## H. Daftar Pustaka

- Aditia, R., & Ritonga, M. H. (2024). Analisis Pesan Dakwah Ustadz Khalid Basalamah “Membangun Keluarga Islami” di Media Sosial Instagram. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), Article 2.
- admin. (2026, Februari 8). Muhammadiyah Organisasi Terkaya dengan Aset Rp454,24 Triliun. *Insan Cendekia Gemilang*. <https://icg.or.id/muhammadiyah-organisasi-terkaya-dengan-aset-rp45424-triliun/>
- Ajib, M. (2020). *Klasifikasi Shalat Sunnah & keutamaannya*. Rumah Fiqih Publishing.
- Al Aziiz, A. N. R. (2020). *Khotbah, Tablig, dan Dakwah*. Cempaka Putih.
- Ali, H. Z. (2019). *Hukum Islam: Pengantar ilmu hukum Islam di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Andiraja, F. (2021). *Panduan Lengkap Shalat Hari Raya Idul Fitri & Idul Adha*.
- Aprilia, S. H., Hasibuan, A. A., Habib, F. M., Maulidya, K. N., & Aqiilah, N. (2024). Sholat. *Jurnal Sahabat ISNU SU*, 1(2), 91–93. <https://doi.org/10.70826/jsisnu.v1i2.130>
- Arvyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). *Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa*. 1.
- Arwani, M. (2022). *Syariah Sebagai Wahyu & Syariah Sebagai Hasil Pemikiran*.

Bakarbessy, M. L. F., M, R., & Pakere, R. A. (2025). *Manajemen Penyelenggaraan Haji dan Umroh Pada Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Tengah | M | Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*.  
<https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/2284/1023>

Bakhrudin All Habsy, Shofiyah Qurrotul A'yun, Inggit Widyanika, Rendy Nuril Anwar, Wardah Rikza Firdaus, Nilam Anggieta Tirtasari, & Rita Munifah Ramadhan. (2024). Manajemen Pengumpulan Data. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(6), 34–46.  
<https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v2i6.4232>

Bella Adelia, Febri Darmayanti, Puan Nayla Azzahra, & Shania Septi Maharani. (2025). Landasan Keimanan dan Keyakinan Muslim. *Reflection : Islamic Education Journal*, 2(2), 31–41.  
<https://doi.org/10.61132/reflection.v2i2.644>

Bimantara, Y. S. (2022). *Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun @SINARKEHIDUPAN\_16*.

*Dapodikmu Jumlah Sekolah*. (2025).  
<https://dikdasmenppmuhammadiyah.org/dapodikmu-jumlah-sekolah/>

Duriani. (2022). *Muhammadiyah Sebagai Gerakan Pencerah*. Indonesia Emas Group.

Emzaed, A. M., Akbar, I. P., Rifandy, M. A., Setiawan, A. A., & Syaifullah, S. (2025). Kriteria Wajib Zakat (Muzaki) dan Penerima Zakat (Mustahik). *TADHKIRAH: Jurnal Terapan Hukum Islam dan Kajian Filsafat Syariah*, 2(2), 32–42.  
<https://doi.org/10.59841/tadhkirah.v2i2.115>

Eriyanto. (2015). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi* (3 ed.). Fajar Interpratama Mandiri.

- Gainau, M. B. (2016). *Pengantar Metode Penelitian*. PT Kanisius.
- GoodStats. (t.t.). *10 Organisasi Keagamaan Terkaya di Dunia, Ada Muhammadiyah dari Indonesia*. GoodStats. Diambil 26 Februari 2026, dari <https://goodstats.id/article/10-organisasi-keagamaan-terkaya-di-dunia-ada-dari-indonesia-ENyPq>
- Hafizhan, H., & Sardiana, A. (2024). *Efisiensi Pengelolaan Dana Zakat di Indonesia: Studi pada Organisasi Pengelola Zakat*. 20(02).
- Helmina. (t.t.). *Buku Ajar Ulumul Hadis*.
- Husna, N. (2021). Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1), 97–105. <https://doi.org/10.33507/selasar.v1i1.319>
- Husna, Z. Z., & Aziz, M. A. (2021). Dakwah Media Sosial: Pola Dakwah Pada Masa Pandemi Covid 19. *Mediakita*, 5(1), 37–55. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v5i1.3587>
- Husnayaeni, D. A., & Tunggal, A. P. P. W. (2023). Analisis Konten Visual Post Instagram @LensaMu dalam Dakwah Islam Tengahan (Wasathiyah). *Jurnal Audiens*, 3(4), 301–317. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i4.17958>
- Ilham. (2021, September 2). Berikut Tiga Tugas Pokok Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah. *Muhammadiyah*. <https://muhammadiyah.or.id/2021/09/berikut-tiga-tugas-pokok-majelis-tarjih-dan-tajdid-muhammadiyah/>
- Khoeriyah, F. (2021). *Mengqashar Shalat Dalam Perjalanan Menurut Sayyid Sabiq Dan Wahbah Az-Zuhaili*.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology* (2 ed.). Sage Publication.

- Marbun, K. S., Tanjung, H. R., & Rahima, A. (2021). *Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah*.
- Martiansa, A. F., Chendi A, A. R., Irsyaduddin, A. J., & Ardhani, M. R. (2022). *Konsep Takwa dan Iman Kepada Allah Serta Realisasinya dalam Kehidupan*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7030336>
- Maryam, S. (t.t.). *Shalat Dalam Perspektif Imam Al-Ghazali (Kajian Sufistik) Shalat Based On Imam Al Ghazali's Perspective*.
- Mujahid, A. F., & Arif, M. F. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 105–110. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1471>
- Munir, M., & Illahi, W. (2006). *Manajemen Dakwah* (1 ed.). Kencana.
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, N., & Untari, R. S. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>
- Nindya, A. F. E. (2023). *Pengaruh Penggunaan Fitur Reels Pada Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi TMLST*.
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2025). Analisis Isi Konten Media Sosial Instagram Pemerintah Indonesia di Tingkat Kementerian dan Lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 98–108. <https://doi.org/10.56873/jimik.v8i2.473>

Nurazizah, I. S., & Syam, N. K. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram @Iqomic Januari – Maret 2021. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 43–50. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.867>

Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer* (1 ed.). Kencana.

Omar, H. M. T. Y. (2016). *Islam dan Dakwah* (2 ed.). AMP Press.

Pala, R., Djaffar, R., & Masse, M. R. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (1 ed.). Subaltem Inti Media.

Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan—Instagram*. DEEPUBLISH.

Pribadi, M. F. A., Ilyas, M., & al-Ghafir, A. A. S. (2024). *MADZHAB FIQIH DI INDONESIA*.

Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi Sejarah Dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.

Rina, R., Syah, E., & Kusumaningtyas, A. D. (2022). Analisis Pesan Dakwah dalam Novel Religi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.52593/mtq.03.1.02>

Rizqiya, F. (2023). *Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Di Media Sosial Tiktok @huseinjafar*. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/58500>

Rodia Rotani Rianda, Bella Anggraini, Sarah Dalila Fitri, & Wismanto Wismanto. (2024). Prinsip Muamalah dalam Ekonomi Syariah: Tinjauan dan Implementasi. *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 122–136. <https://doi.org/10.61132/hikmah.v1i4.260>

Sadik, M. (2023). *Hukum Dakwah Dalam Perspektif Jamaah Tabligh*. PT Literasi Nusantara Abadi Grup.

Sa'diyah, H. (2020). *Kredibilitas Media Sosial Instagram @SUROBOYO.KU Sebagai Medium Pemberitaan Covid – 19 Masyarakat Kota Surabaya*.

Septiana, V. W. (2024). *Kaji Ulang: Puasa Wajib dan Puasa Sunnah*. 3(1).

Shihab, M. Q. (2001). *Tafsir al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al quran* (Vol. 2). Lentera hati.

Shihab, M. Q. (2005). *TAFSIR AL-MISHB AH Pesan, Kesan dan Keserasian al-Q ur'an* (3 ed., Vol. 14). Lentera Hati.

Supe'i, Al Ayubi, S., & Masykur. (2025). Tradisi Masyarakat Nahdliyin: Implementasi Fidyah Bidaur dengan Emas Bagi Orang Meninggal (Studi Kasus di Masyarakat Desa Muncung Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*.

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HUMASBDG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Thifal, S., Anggrayni, D., & Asmahasanah, S. (2023). Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Instagram Husain Basyaiban @Basyasman. *KOLONI*, 2(3), 224–233. <https://doi.org/10.31004/koloni.v2i3.534>

Uddin, B., Maharani, A. Z., & Baren, K. W. A. (2024). Pemanfaatan Fitur Instagram untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 7(6). <https://doi.org/10.32672/jnkti.v7i6.8153>

Ulfatin, N. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (3 ed.). MNC Publishing.

We Are Social. (2024). *Overview Of Social Media Use* [Dataset].  
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Wibowo, M. K. B. (2021). Ruang Lingkup Hukum Islam. *Mamba'ul 'Ulum*, 17(2), 61–70. <https://doi.org/10.54090/mu.50>

Zulkifli. (2023). *Menyusun Tinjauan Pustaka Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi serta sebagai Artikel Ilmiah*. Salemba Humanika.

