

**PEMANFAATAN INSTAGRAM “GO HIJRAH”
DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI
KALANGAN REMAJA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

RIZKI ADAM SIREGAR

NPM 1703110149

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATER UTARA
MEDAN
2021**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **RIZKI ADAM SIREGAR**
NPM : 1703110149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **PEMANFAATAN INSTAGRAM GO HIJRAH
DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI
KALANGAN REMAJA MEDAN**

Medan, 04 Mei 2021

Dosen Pembimbing


Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M. I.Kom

Dekan,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **RIZKI ADAM SIREGAR**

N P M : 1703110149

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari/Tanggal : Selasa, 04 Mei 2021

Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI III : **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,


Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP

Sekretaris,


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya RIZKI ADAM SIREGAR, NPM 1703110149, menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Saya yang menyadari bahwa memalsukan Karya Ilmiah dalam segala bentuk dilarang oleh Undang-Undang termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu, atau memplagiat, meniplak dan mengambil karya orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, ciplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi berupa:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar sarjana yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan pemberian ijazah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 04 Mei 2021



RIZKI ADAM SIREGAR

Pemanfaatan Instagram Go Hijrah dalam Pengembangan Dakwah Islam di kalangan Remaja Medan

Rizki Adam Siregar
1703110149

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Pemanfaatan instagram Go Hijrah dalam pengembangan Dakwah Islam di kalangan Remaja Medan ini dilakukan untuk menjawab apakah metode berdakwah melalui Instagram dapat meningkatkan pengetahuan/ajaran-ajaran islam bagi remaja medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini telah dilakukan selama kurang lebih 2 bulan terhitung dari bulan Februari hingga bulan Maret 2021. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang narasumber Go Hijrah dan 4 orang Remaja Medan yang mengikuti Instagram Go Hijrah. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data-data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dan observasi. Kemudian data-data tersebut, dianalisis secara saling berhubungan data berikutnya. Kemudian data-data tersebut. Di analisis secara saling berhubungan untuk mendapatkan dugaan sementara, yang dipakai dasar untuk mengumpulkan data berikutnya. Lalu dikonfirmasi dengan informan secara terus menerus secara triangulasi. Hasil penelitian adalah bahwa metode berdakwah melalui instagram memberikan banyak sekali manfaat untuk menambah pengetahuan islam terhadap remaja, diketahui bahwa cara Go Hijrah memanfaatkan media instagram adalah dengan menjadikan instagram sebagai wadah berdakwah. Terdapat bentuk pemanfaatan instagram yaitu dengan konten one minutes booster yang sangat diminati terdapat pesan yang mendalam dan relate terhadap permasalahan remaja sekarang serta dikemas dengan design yang menarik. Secara keseluruhan dakwah di instagram merupakan dakwah milenial mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu mengarahkan pengguna untuk menimplementasikan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci : Instagram, Dakwah Islam, Konten, Media, Go Hijrah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw yang kita harapkan syafaatnya di Yaumul Akhir. Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir yang wajib ditempuh di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Alhamdulillah, skripsi ini yang berjudul **“Pemanfaatan Instagram Go Hijrah dalam pengembangan Dakwah Islam di kalangan Remaja Medan”** tepat pada waktunya.

Penulis menyadari selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan semangat, motivasi serta bantuan baik moril dan materil. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhitung kepada orang tua saya Ibunda Ratniati saudara-saudara kandung dari penulis yang telah memberikan begitu banyak dukungan, doa dan bantuan serta kasih sayang yang tidak pernah putus kepada penulis. Dan penulis berterima kasih juga kepada pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan srkripsi ini:

1. Bapak Dr. Agussani M.AP selaku Rektor UMSU.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP
3. Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom

4. Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos.,M.I.kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah meluangkan waktunya.
6. Bapak Dr. Ribut Pribadi, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Penulis yang telah memberikan bimbingan dan motivasi yang banyak dan berharga serta meluangkan waktu, pikiran, dan kesabaran dalam membantu Penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Akhyar Anshori S.Sos,M.I.Kom selaku sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi
8. Dosen FISIP UMSU yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
9. Pegawai Birokrasi UMSU yang selama ini membantu menyelesaikan segala urusan kemahasiswaan.
10. Pak Bambang selaku penjaga Perpustakaan Umsu yang telah memudahkan saya dalam mencari buku refrensi untuk skripsi.
11. Ustadz Ahmad Syauqi dan Alfi Syahri Ramadhan sebagai narasumber utama dalam penelitian ini yang sudah meluangkan waktunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman tim Media Go Hijrah yang telah membuat konten sedemikian rupa untuk menyiarkan pesan Dakwah Islam

13. Teman-teman Go Hijrah selaku komunitas dakwah medan yang telah berhasil dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah kekinian serta keramahannya dalam membantu penulis mencari informasi.
14. Sahabat penulis Siwen, Syahril, Refly, Epan, Sanjai, Egi yang telah mendengarkan curhatan penulis, selalu ada dalam suka dan duka serta mendukung penuh penulis agar cepat menyelesaikan penelitian ini.
15. Teman-teman seperjuangan di kelas Ilmu komunikasi C Pagi dan kelas Penyiaran E Siang yang telah menemani penulis untuk sama-sama saling berjuang sampai tahap akhir penelitian ini.
16. Dan terakhir terima kasih kepada semua orang yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu mendoakan Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Semoga Allah memberikan balasan kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini, Penulis mengucapkan terima kasih. Akhir kata kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, terutama dalam penerapan serta pengembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia.

Medan 31 Maret 2021

Penulis

Rizki Adam Siregar

NPM:1703110149

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
KATA PENGANTAR.....	II
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pembatasan Masalah	9
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistmatika Penulisan.....	10
BAB II URAIAN TEORITIS	12
2.1 Komunikasi	12
2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi	14
2.3 Media Sosial	21
2.4 Teori Kerja Sama Sosial	22
2.5 Pengguna Media Sosial Instagram	23
2.6 Pengertian Media Dakwah	26
2.6.1 Jenis-jenis Media Dakwah	30
2.6.2 Fungsi Media Dakwah	33
2.6.3 Prinsip-prinsip Pengguna Media Dakwah	35
2.6.4 Pengaruh Media Dakwah.....	36
2.6.5. Macam-macam Isi Pesan Media Dakwah	37
2.6.6 Instagram Sebagai Media Dakwah	41

2.7. Pengertian Instagram	43
2.7.1. Sejarah Instagram.....	44
2.7.2. Fitur-Fitur Instagram	48
BAB III	52
METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Kerangka Konsep	53
3.3 Defenisi Konsep	54
3.4. Kategorisasi Penelitian	56
Tabel 3.4	56
3.5. Operasionalisasi Konsep.....	57
Tabel 3.5	57
Konsep & Defenisi Konsep	57
Indikator.....	57
3.6. Metode Pengumpulan Data	61
3.7. Teknik Analisis Data.....	62
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	63
BAB IV.....	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Konten Dakwah Instagram GO HIJRAH.....	64
4.1.2 Video Minutes Booster.....	64
4.1.3 Pengemasan Konten.....	64
4.1.4 Isi Konten.....	65
4.1.5 Fitur Instagram	67

4.1.6 Penigisi Konten	71
4.1.7 Remaja Medan	71
4.2 Efektivitas remaja medan dalam mengakses Instagram Go Hijrah	72
4.3 Profil Narasumber	72
4.4 Hasil Wawancara	79
4.4. Pembahasan	101
BAB V	104
PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Fenomena yang terjadi pada saat ini adalah ketika remaja lebih memiliki waktu luang Bersama Gadget/ Telepon pintar mereka, dan mengakses informasi informasi tersebut melalui telepon pintar karena dinilai lebih praktis dan lebih mudah. Rata-rata penggunaan gadget/telepon genggam lebih dari 7 jam dalam sehari untuk keperluan koneksi internet . Sedangkan tingkat efektivitas penggunaan smartphone merupakan hal yang umum saat ini, sehingga peluang dakwah melalui media *online* terkhusus *Instagram* menjadi sangat terbuka.

Masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak -kanak menuju dewasa mereka membutuhkan tuntutan dan bimbingan untuk memahami diri sendiri yang penuh dengan sikap egoistis dan rasa keingintahuan yang tinggi. Menurut penulis Dalam gaya hidup remaja saat ini yang sangat berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi, mereka cenderung mengikuti mode masa kini. Bahkan dalam kehidupan sehari-hari, para remaja mengikuti gaya orang barat, Contohnya adalah masalah berpakaian yang tidak sesuai dengan seharusnya. Contoh lainnya adalah sudah mengenal minum-minuman keras, rokok, bahkan narkoba dan seks bebas. Mereka beranggapan bahwa jika tidak mengkonsumsi barang-barang tersebut , maka mereka tidak dinilai sebagai masyarakat yang ketinggalan zaman atau tidak gaul. Salah satu faktor yang

membuat remaja bertindak ialah pengaruh Informasi atau referensi yang di konsumsi.

Remaja sebagai generasi muda, mempunyai peranan penting dalam menentukan masa depan agama dan bangsa. Oleh karena itu remaja harus diarahkan dan dipersiapkan dengan sebaik-baiknya dengan pengetahuan/pemahaman Agama Islam melalui pesan foto, video kajian di *Instagram* maupun kajian di masjid-masjid agar mereka mampu menelaah serta mempelajari Islam sebagai pedoman hidupnya. Perkembangan teknologi semakin pesat dan canggih, internet melahirkan banyak jejaring sosial dengan keunggulan dan daya tarik yang bermacam-macam. Teknologi seakan tidak pernah berhenti untuk menghasilkan produk teknologi yang tidak terhitung jumlahnya. Produk teknologi yang beragam jenis di maksudkan untuk memberi manfaat Pendidikan, Pengetahuan Agama maupun sosial, Kesehatan atau bisa juga sebagai hiburan semata.

Kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi, kehidupan dan kegiatan manusia menjadi sangat mudah dan cepat. Misalnya dalam pencarian informasi, kini masyarakat tidak perlu lagi menunggu informasi disiarkan di televisi, radio, maupun surat kabar. Masyarakat dapat langsung mencari sendiri informasi yang dibutuhkan melalui situs internet.

Teknologi membentuk perasaan pikiran dan tindakan manusia. Manusia memiliki hubungan simbolik dengan teknologi dan hampir dalam setiap gerak kehidupannya di kelilingi oleh teknologi. Manusia menggunakan teknologi ketika

bekerja, beristirahat dan bahkan menjelang tidur di setiap harinya. Disadari atau tidak, kita menjadi tergantung pada teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali siapa diri kita. Mudah-mudahan proses mengirim informasi dalam aktivitas bermedia sosial membuat banyak orang menganggap bahwa jejaring sosial sebagai kebutuhan dan kebiasaan sebagai sarana menyebarkan momen dan hal-hal yang sedang populer kepada khalayak. *Instagram* adalah salah satu aplikasi media sosial yang memiliki banyak pengguna dari seluruh dunia termasuk Indonesia. *Instagram* yang bersifat photo dan video *sharing* memiliki kekuatan untuk memudahkan penyebaran informasi sehingga banyak hal-hal yang lahir menjadi trending topik.

Perkembangan teknologi komunikasi ini dimanfaatkan oleh para pendakwah untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang ceramah yang diberikannya. *Instagram* dinilai sebagai salah satu alat yang sangat tepat untuk menyebarkan informasi dakwah tanpa harus bertatap muka secara langsung. Dimana *instagram* dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan jaringan internet. Informasi dakwah yang diberikan para pendakwah di *Instagram* sangat memberi dampak yang besar kepada para penikmat dakwah di *instagram*, Dimana hal ini menjadikan orang yang memiliki waktu sibuk dan tidak sempat untuk datang ke pengajian atau masjid, dan dapat mengaksesnya melalui *smartphone* yang mereka miliki. Fasilitas yang diberikan *instagram* dimanfaatkan secara menyeluruh oleh para pendakwah Islam, yaitu dengan membuat konten video minutes booster, yang berisikan tentang hikmah-hikmah pelajaran Islam, hadits-hadits, dan sejarah. dari video ceramah yang saat ini sering ditonton para mad'u

semoga mendapatkan pengetahuan dan informasi baru tentang ilmu Islam khususnya teruntuk remaja.

Media adalah adalah sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media atau yang terkadang pula disebut alat, chenel (saluran) dipakai untuk menyampaikan pesan komunikasi. Menurut Bahasa, dakwah berasal dari kata Bahasa arab da'a, yad'u yang berarti panggilan, ajakan seruan . menurut istilah dakwah adalah sesuatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok. umat Islam sebagai aktualisasi Imaniah yang di manifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, do'a yang di sampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem atau Teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu fitrah seseorang, keluarga, kelompok, massa, dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah laku nya mencapai suatu tujuan tertentu yang diinginkan. (Jamaludin Kafie, 1993 : 23)

Media dakwah (wasilah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan meteri dakwah (ajakan Islam kepada Mad'u), untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah bisa menggunakan berbagai macam wasilah yaitu lisan, tulisan, audio visual. Aktivitas dakwah era modern ini banyak menggunakan media penunjang yang efektif dan efisien. Salah satunya menggunakan media sosial, yang keragamannya sangat bermacam-macam. Diantaranya adalah Instagram, You Tube, Telegram, Twitter, dan banyak lagi yang bisa digunakan sebagai media Dakwah. Media sosial tersebut memudahkan orang untuk

berkomunikasi dan menerima informasi . salah satu media yang trend saat ini adalah aplikasi media sosial *Instagram*.

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang diserukan. Dakwah merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim dan Muslimah di seluruh dunia ini. Dakwah juga usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang di inginkan Al-Qur'an dan Hadits. Allah juga menerangkan perintah dakwah dalam *Q.S Nahl ayat 125. Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.;* (*Q.S Nahl ayat 125*)

Cara untuk berdakwah pun beragam, bisa menggunakan lisan maupun tulisan, melalui media cetak, atau elektronik, seiring kemajuan zaman dakwah telah berkembang dengan cukup pesat dan signifikan, mulai dari jumlah Mad'u, cara dan metode berdakwah, atau para pelaku dakwah itu sendiri.

Dakwah juga merupakan proses Ber-komunikasi, namun tidak semua proses komunikasi adalah dakwah. Karena dakwah bersifat mempengaruhi dan di dalamnya terkandung seruan atau ajakan untuk membuat orang melakukan perbuatan baik. Dalam Hadist yang diriwayatkan Rasulullah menganjurkan umat

islam selalu berbuat baik terhadap orang lain. Hal ini menjadi indikator bagaimana menjadi mukmin yang sebenarnya. Eksistensi manusia sebenarnya ditentukan oleh kemanfaatannya pada orang yang lain. Adakah dia berguna bagi orang lain

لِلنَّاسِ أَنْفَعُهُمُ النَّاسِ خَيْرٌ

“sebaik baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”

Go Hijrah adalah sebuah komunitas yang berdiri pada 21 september 2017 di Medan, bergerak di bidang Dakwah dan Sosial, Komunitas Go hijrah mewadahi milenial untuk mempelajari islam dengan kegiatan yang modern, asik, dan edukatif. Go Hijrah hadir sebagai solusi bagi milenial yang ingin belajar agama islam dengan cara yang kekinian dengan tetap memperhatikan syariat islam. Tujuan Go Hijrah ialah meningkatkan pemahaman anak-anak muda/remaja terhadap agama Islam, memelihara aqidah dan meningkatkan kualitas iman, ketaqwaan serta menambah ilmu yang bermanfaat bagi pemuda islam.

Go hijrah memiliki jumlah followers 23,300 (dua puluh tiga ribu tiga ratus) di instagram. Setiap seminggu sekali Go Hijrah memposting pesan syia'r dakwah di instgram hal ini mengingat followers go hijrah yang cukup banyak, dan mampu untuk mempengaruhi para penggunanya. Rancangan postingan Go Hijrah yaitu berbentuk Video,Foto,dan Audio yang di desain semenarik mungkin, serta kekinian materi yang disampaikan relate dengan permasalahan remaja sekarang agar dapat menyentuh pasar remaja medan, tidak hanya desain yang bagus Go

Hijrah juga mensyiarkan pesan-pesan dakwah yang mengajak kembali ke jalan agama yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah.

Go hijrah mempunyai program diantaranya diwujudkan di Sekretariat Go Hijrah yaitu Rumah Peradaban Medan, di antara programnya ialah Tahsin/memperbaiki baca Al-Qur'an, Gerasi Literasi, Siroh Nabawiyah (sejarah), dan Studio Creative, manfaat setelah mengikuti program-program tersebut akan menciptakan output yang paham mengenai Agama dan paham mengenai Bernegara. Di samping itu Go Hijrah juga mempunyai program sosial yang bernama Share Happiness, program ini diluncurkan secara kondisional, seperti menyalurkan Donasi sembako Ketika bencana alam, Donasi ke Panti Jompo, Rumah Tahfidz dan Kaum Dhuafa. Dan semua kegiatan tersebut di publikasikan melalui Instagram Go Hijrah baik itu informasi kegiatan maupun hikmah-hikmah pelajaran yang bisa di ambil.

Instagram adalah salah satu aplikasi media social dari *smartphone* yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video membuat para Da'i dan Da'iah turut membagikan pesan dakwahnya melalui Instagram. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat di manfaatkan sebagai media dakwah, melalui Instagram-lah dakwah dibagikan dengan *meng-upload* video, sehingga para remaja medan dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau foto yang dibagikan di Instagram.

Alasan Memilih Judul. secara objektif penelitian ini sebagai sarana untuk mengetahui pengaruh media sosial khususnya Instagram sebagai media baru dalam melakukan kegiatan dakwah. Di zaman modernisasi seperti sekarang. Instagram juga merupakan salah satu media sosial yang paling banyak di akses di Indonesia khususnya kalangan remaja sehingga diperlukan penelitian bagaimana dakwah yang ada di dalam Instagram.

Secara Subjektif kegiatan dakwah yang dilakukan oleh akun @gohijrah melalui Instagram merupakan suatu fenomena yang menarik, dikarenakan dengan media sosial khususnya Instagram atau lainnya cukup banyak, namun demikian konten-konten yang dibuat akun @gohijrah mengajak kepada kebaikan dan peduli akan kegiatan sosial sehingga dapat menjaring banyak pengguna untuk melihat konten-konten dakwah tersebut. @gohijrah juga mempunyai followers yang cukup banyak yaitu duapuluh ribuan pengikut sehingga tak jarang orang-orang khususnya remaja terpengaruh oleh konten yang dibuat.

Pokok bahasan dalam penelitian ini relevan dengan disiplin ilmu yang penulis pelajari Di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program studi Ilmu Komunikasi.

1.2. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembatasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Masalah yang akan diuraikan pada Konten Dakwah yaitu video minutes booster (tematik) pada instagram Go Hijrah, sebab dengan video booster tersebut terdapat pesan-pesan dakwah yang singkat padat dan mudah dimengerti pastinya menampar Mad'u untuk kembali kepada Agama Islam.
- b. Remaja Medan yang mengikuti Instagram Go Hijrah

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemanfaatan Instagram “Go Hijrah” dalam mengembangkan Dakwah Islam ?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk **mengetahui** pemanfaatan Instagram @GoHijrah sebagai Pengembangan Dakwah di kalangan remaja medan. Sedangkan manfaat dari penelitian ini diharapkan sebagai berikut;

1.5. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini diharapkan sebagai berikut;

1. Manfaat Teoretis

- a. Di harapkan dapat menambah pengetahuan yang terkait dengan ilmu dan komunikasi di Fisip UMSU khususnya tentang Instagram sebagai media dakwah
- b. Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan atau meningkatkan penelitian lainnya.
- c. Diharapkan bisa memberikan informasi dan kajian praktis tentang media dakwah melalui media sosial, yaitu bagaimana menyampaikan pesan dakwah melalui media baru secara efektif.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan mampu memberikan gambaran cara menyampaikan pesan dakwah oleh akun @gohijrah melalui media sosial Instagram
- b. Untuk memperkaya aktivitas di dunia maya dan menyebarkan nilai-nilai Islam .

1.6. Sistmatika Penulisan

- BAB I** : Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah perumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitan
- BAB II** : Merupakan uraian teoritis yang menguraikan **Pemanfaatan Instagram “Go Hijrah” dalam pengembangan Dakwah Islam di Kalangan Remaja Medan**
- BAB III** : Merupakan Persiapan dari Pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian kerangka konsep, defenisi, konsep, kategoris, narasumber, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan.dan Draft pertanyaan.

BAB IV : Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang penelitian hasil dan pembahasan

BAB V : Merupakan penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. manusia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat.

Secara etimologis atau menurut asal katanya komunikasi atau communication dalam Bahasa Inggris berasal dari Bahasa latin *Communis* yang berarti “sama” “*Communico, Communicatio, atau Communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*) . istilah yang paling sering sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan di anut secara sama. Astrid S.Susanto menulis. “Komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti/makna”. (Mulyana 2002:41)

Hoveland merumuskan : “Komunikasi adalah proses dimana seseorang (Komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lainnya” , sedangkan Shacter menulis: “Komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan”. Baik Hoveland maupun Shanon & Whever menerima unsur penyampaian dan penggunaan lambang dengan memberi tekanan pada tujuan mempengaruhi. Kategori ini ditemukan juga dalam kategori Stappers dimuka yaitu aktivitas datang dari pihak lain untuk mempengaruhi. (Effendi 2004:9)

Menurut peneliti merujuk pada pendapat Hoveland dan Shanon Whever Komunikasi ialah tujuan dari komunikan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikator untuk mempengaruhi dari maksud tujuan tersebut, berupa, perubahan sikap (*attitude changes*), perubahan pendapat (*opinio change*), perubahan perilaku (*behavior change*), perubahan sosial (*social change*).

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pertanyaan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan suatu pesan kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dimaksudkan disini adalah komunikasi manusia atau dalam sering kali disebut komunikasi sosial atau *social communication*. Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antarmanusia, dinamakan komunikasi sosial karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat terjadinya komunikasi. Secara paradigmatis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media (Effendy, 2004:4)

Menurut Harold D. Lasswell, bahwa cara terbaik untuk menjelaskan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*”. Paradigma Laswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pernyataan yang diajukan itu yakni : -Komunikator (*communicator, source, sender*) – Pesan (*message*) – Media (*channel, media*) – Komunikan (*communicant,*

communicate, reciver, recipient) – Efek (*effect. impact. influence*) jadi berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media menimbulkan efek tertentu (Effendy 2004:10)

Adapun fungsi dari komunikasi. Adalah sebagai berikut :

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*)

Adapun tujuan dari komunikasi, adalah sebagai berikut :

- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
- b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
- c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
- d. Perubahan sosial (*social change*)

2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini juga komponen atau elemen komunikasi,

maka dari itu kita harus perlu mengetahui unsur-unsur komunikasi. (Mulyana 2000 : 27)

Adapun unsur-unsur komunikasi sebagai berikut :

a. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, semua bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya, Lembaga, Organisasi, Komunitas, Sumber sering disebut pembuat (source).

b. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa Ilmu pengetahuan,hiburan,informasi, nasihat, atau propaganda.

c. Media

Media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektornik.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih bisa dalam bentuk kelompok ,organisasi, ataupun negara. Penerima adalah elemen penting dalam komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi.

e. Pengaruh

Pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Mislanya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim. Atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai kepada tujuan. Hal-hal seperti itu yang menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

2.1.2 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi yang hanya melibatkan dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal, seperti suami istri, dua sahabat dekat, guru dan muridnya.

2.1.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan suatu bentuk komunikasi dengan melibatkan khalayak luas yang biasanya menggunakan teknologi media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Hadirnya media baru

seperti internet memberikan perspektif pandangan yang baru terhadap komunikasi massa. (Murthado 2019 : 27)

Dalam defenisi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Komala dan Elvinaro, 2004 : 3). Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti acara seminar di lapangan luas/Ballroom yang di hadiri ribuan umat , jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal dengan media elektronik. Sedangkan media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata. yang menghadirkan interaksi secara online dan menyuguhkan informasi kepada khalayak yang menggunakan jejaring media sosial juga. Artinya khalayak terhubung cepat terhadap informasi-informasi yang dipublikasikan dan ini juga termasuk komunikasi Massa juga yang melalui media digital/new media seperti blog,platform berita dan Instagram.

2.2 Media baru (New Media)

Media baru dalam ketegorisasi media banyak ditafsirkan media dengan sebuah hal yang baru, dan bahkan baru dalam konteks jenisnya. Flew merangkum beberapa pendapat ahli ke dalam sebuah defenisi mengenai media baru, yaitu semua bentuk media yang menggabungkan 3C; *computing* (komputerisasi) dan teknologi informasi, *communication networks* (jaringan komunikasi) dan

teknologi informasi, *content* (isi media) dalam format digital, dimana proses penggabungan itu sendiri juga diawali dengan C, yaitu *convergence* (konvergensi). Flew juga mengatakan bahwa media baru dapat dipahami sebagai media digital, yakni semua isi media yang menggabungkan dan menyatukan data, teks, suara, dan berbagai gambaran/citra yang disimpan dalam format digital dan didistribusikan melalui jaringan komunikasi seperti kabel serat optic Broadband, satelit, dan sistem transmisi gelombang mikro.

Media baru (*new media*) yang dibahas disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail 2011 : 148). Rossler mengatakan secara umum, media baru telah disambut (termasuk media lama) dengan ketertarikan yang kuat, positif dan bahkan pengharapan serta perkiraan yang bersifat euforia, serta perkiraan yang berlebihan mengenai signifiaksi mereka. Media baru atau *new media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi sebagai privat maupun secara publik (Mondry 2018 : 13)

Dalam bukunya, (Mc Quail 2011 :156) mengidentifikasi lima kategori utama media baru yang sama-sama memiliki kesamaan saluran tertentu dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks seperti berikut ini:

1. Media komunikasi antarpribadi (*Interpersonal Communication media*). Meliputi telepon (yang semakin mobile) dan surat elektronik (terutama untuk pekerjaan, tetapi semakin personal)
2. Media permainan interaktif (*Interactive play media*). Media ini terutama berbasis komputer dan video game, ditambah peralatan realitas virtual.
3. Media pencarian informasi (*Information search media*). Kategori yang luas, tetapi internet/ WWW merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualitas, dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya.
4. Media partisipasi kolektif (*Collective participatory media*). Kategorinya khususnya meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif (yang diperantarai komputer). Situs jejaring sosial termasuk didalam kelompok ini.
5. Substitusi media penyiaran (*Substitution of broadcasting media*). Acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang di masa lalu biasanya disiarkan atau disebar dengan metode lain serupa.

Selanjutnya, Rammusen (McQuail 2011 : 154) berpendapat bahwa media baru memiliki efek kualitatif yang berbeda terhadap integrasi sosial dalam jaringan masyarakat modern mengambil dari teori modernisasi Giddens. Kontribusi pokoknya adalah untuk menjembatani jurang lebar yang terbuka antara

dunia publik dan privat, antara “dunia kehidupan” dan dunia sistem serta organisasi. Kontras dengan televisi, media baru dapat memainkan peranan langsung dalam proyek kehidupan individual. Mereka juga mempromosikan keragaman penggunaan dan partisipasi yang lebih besar, singkatnya, media baru membantu mereka kembali individu setelah efek yang membuat terpisah dari efek modernisasi.

Munculnya *new media* memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlanjutan media massa lainnya. Hal ini dikarenakan media-media dalam bentuk publikasi seperti koran, majalah dll sedikit demi sedikit mulai ditinggalkan beralih dengan media online. Menurut peneliti, jelas bahwa media baru (New Media) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja. Jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya lebih cepat serta harus ada koneksi internet dimanapun berada bersama media baru. Hal ini dikarenakan pesan yang di sampaikan khalayak luas melalui media online/media baru. yang saya akan bahas disini ialah *Instagram* karena banyak diminati khalayak terkhusus remaja.

Perkembangan teknologi komunikasi ini dimanfaatkan oleh para pendakwah untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang ceramah yang diberikannya. *Instagram* dinilai sebagai salah satu alat yang sangat tepat untuk menyebarkan informasi dakwah tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Dimana instagram dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan jaringan internet.

2.3 Media Sosial

Media sosial ialah sebuah media online, dengan para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial,wiki,forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Murthado 2019:14)

Untuk menjelaskan hal ini,Funch mengawali dengan perkembangan kata web 2.0 yang di populerkan oleh O'Reilly (2005). Web 2.0 merujuk dari media internet yang tidak lagi sekedar pengubung antara individu dengan perangkat (teknologi dan jaringan) komputer yang selama ini ada dan terjadi dalam web 1.0 tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara Bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai platform atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang (*the long tail*). (Nasrullah 2017:8)

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefenisikan media sosial sebagai ”sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Media sosial seperti yang kita ketahui ialah Facebook, Twitter, Whatsapp, **Instagram** dan You Tube merupakan media sosial

yang muncul pertama kali dan sangat disukai oleh kaum remaja. Dan paling di minati saat ini ialah Instagram yang memperlihatkan aktivitas pengguna dalam bentuk foto maupun video yang bisa diberi komentar dan direct message. (Murthado 2019:15).

Sementara jejaring sosial ialah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain. Analisis jaringan jejaring sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan. Simpul adalah faktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut. Bila terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan jejaring sosial beroperasi pada banyak tingkatan. Mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah. Menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seseorang individu dalam mencapai tujuannya. Jadi antara media sosial dan jejaring sosial tidak bisa dibedakan karena sama-sama membentuk simpul sosial diantara pengguna yang ada. (Murthado 2019:15).

2.4 Teori Kerja Sama Sosial

Ferdinand Tonnies mengungkapkan bahwa komunitas merupakan sistem sosial yang berdasarkan kesamaan rasa (kepemilikan), saling membutuhkan, dan terdapat nilai-nilai. Dan makna sosial di internet tersebut adalah dimana platform web memungkinkan orang untuk membentuk jaringan sosial (social networking),

membawa individu pada kebersamaan serta memediasi persaan kebersamaan secara virtual.(Nasrullah 2017 : 9)

Menurut Karl Marx makna sosial adalah kerja sama di antara berbagai individu untuk menghasilkan barang secara kolektif dan karenanya harus dimiliki secara koperatif. Begitu juga Makna sosial di internet ialah *platform* web memungkinkan produksi yang kolaboratif dari individu melalui pengetahuan-pengetahuan digital .(Nasrullah 2017 : 9)

Menurut peneliti teori kerjasama sosial dalam pengaplikasian di media sosial ialah ketika da'I *meng-unggah* tulisan, foto dan video dakwah, maka mad'u (audience) menyukai,mengomentari, dan mengunggah ulang di akun sosial media mereka. Artinya mad'u mempunyai rasa kesepahaman dalam tujuan yang dibangun.

2.5 Pengguna Media Sosial Instagram

Saat ini media sosial dengan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kehidupan primier. Kini mereka menggunakan media sosial tidak hanya untuk bercakap-cakap tapi lebih dari itu mereka memanfaatkan media sosial yang ada.

Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat sebagai berikut :

- a. Mendapatkan Informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang trend-nan dibicarakan banyak orang.

b. Media Dakwah

Da'I memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah yaitu menyebarluaskan Syi'ar Islam (Ali Murthado.2019:106)

c. Menajalin silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai user dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan user lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

d. Membentuk komunitas

yang berisi orang-orang dengan kesukaan dan hobi yang sama pula. Misalnya, teman-teman yang suka traveling membentuk komunitas yang berisi orang-orang yang juga memiliki hobi *traveling*. Media sosial menjadi berperan untuk koordinasi, *sharing*, dan interaksi ketika tidak sedang bertatap muka secara langsung.

e. Branding

Branding dalam pengertian umum merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar (merek) yang mereka tawarkan dikenal dan memiliki nilai sendiri di benak konsumen atau calon konsumen. Dalam perkembangan saat ini. *Branding* tidak hanya

dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat *personal* (perorangan) atau yang lebih dikenal dengan *personal branding*.

f. Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki. Jika dahulu untuk berjualan harus berada di pinggir jalan. Sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan memanfaatkan media sosial.

g. Kegiatan sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat banyak orang dalam waktu singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan untuk kegiatan sosial menjadi terpenuhi.

Instagram sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang dibagikan oleh para pengguna instagram tentang kejadian baru saja terjadi yang bisa didapatkan bahkan lebih cepat disandingkan informasi tersebut tayang di televisi maupun radio. Hal tersebut karena para pengguna Instagram memiliki dorongan untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi yang di posting tersebut mendapat respon menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya. Hal ini pun terjadi dalam proses dakwah dalam aplikasi Instagram, dimana konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik perhatian serta banyak di minati oleh

pengguna lain sehingga kegiatan dakwah di Instagram sebagai wadah untuk mensyiarkan ajaran-ajaran islam . Pada intinya Instagram memberikan manfaat positif bagi penggunanya jika mengakses informasi yang positif. (Rohmadi 2016 :2)

2.6 Pengertian Media Dakwah

Secara etimologi, kata “media” merupakan bentuk jamak dari “medium” yang berasal dari Bahasa latin “medius” yang berarti tengah. Sedangkan dalam Bahasa Indonesia, kata “medium” yang berasal dari Bahasa latin “medius” dapat di artikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan menerima pesan. Media dapat diartikan. Sebagai suatu bentuk dan saluran yang digunakan dalam proses penyajian informasi.

Secara terminology, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak. Media atau yang terkadang disebut juga alat, saluran (*channel*) dipakai untuk menyampaikan pesan komunikasi. (Effendy, 2004 : 36)

Dalam kamus komunikasi, media adalah sarana yang digunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada

komunikasikan, apabila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya keduanya. (Effendy 2004 : 36)

Secara etimologi atau Bahasa, kata dakwah berasal dari Bahasa Arab, yaitu da'wa dan yad'u, dan bentuk dasarnya daw'wan sehingga dalam Bahasa Indonesia sering dibaca dakwah, secara harfiah kata dakwah, secara harfiah kata dakwah mengandung arti seruan, ajakan, panggilan dan undangan. (Rini 2009 : 1)

مُسْتَوِيْم صِرَاطٍ لِّىْ اِيْتَاءُ مَنْ وَيَهْدِي السَّلْمِ دَارِ اِلَى يَدْعُوْ وَاللّٰهُ

Dan Allah menyeru (manusia) ke Darus-salam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam). (QS. Yunus:25)
(Departemen Agama Republik Indonesia 2004 : 284)

Menurut istilah, dakwah adalah suatu sistem kegiatan dari seseorang, sekelompok, golongan umat Islam sebagai aktualisasi imaniah yang dimanifestasikan dalam bentuk seruan, ajakan, panggilan, undangan, doa yang disampaikan dengan ikhlas dan menggunakan metode, sistem, dan Teknik tertentu agar mampu menyentuh kalbu dan fitnah seseorang, keluarga, kelompok, massa dan masyarakat manusia supaya dapat mempengaruhi tingkah lakunya untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang diinginkan.

Saifudin Anshari adalah segala aktivitas yang mengubah sesuatu situasi lain yang lebih baik menurut ajaran Islam. Tetapi berupa usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan atau seluruh umat. Konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini meliputi *amar ma'ruf nahi munkar*, dengan berbagai media atau cara yang dibolehkan. (Murthado 2019 : 34)

Salahudin Sanusi dakwah yaitu usaha mengubah keadaan yang negative kepada keadaan yang positif, memperjuangkan *amar ma'ruf nahi munkar*, memenangkan yang hak atas yang batil. (Murthado 2019 : 35)

Yusuf Al-Qadawi dakwah sebagai usaha membawa orang lain kepada agama islam, supaya mengikut petunjuk agama Islam. Agar mengikuti petunjuk agama Islam, melaksanakan segala bentuk penghambaan diri, permohonan dan taat kepada Allah Swt, melepaskan diri dari segala kongkongan yang bukan dari pada Allah (*tagut*) yang terpaksa dipatuhi, memberi hak kepada orang lain yang ditentukan hak oleh Allah, menyeru kepada kebaikan dan mencegah segala kemungkaran, dan berjihad pada jalan-Nya. (Murthado 2019 : 35)

Sedangkan meneurut Wahyu ilahi media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u

(penerima dakwah). Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada Mad'u (M.Munir 2012 : 32).

Media dakwah menjadi penyalur pesan dakwah itu sendiri sehingga dapat dimengerti dan dipahami oleh mad'u dengan baik. Dalam menggunakan media dakwah para dai pada zaman dahulu sangat menjaga etika dan ketentuan-ketentuan yang mesti dijaga saat berdakwah, antara lain: (1) media dakwah tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an dan sunnah; (2) dalam menggunakan media dakwah tidak menjurus kepada hal-hal yang diharamkan oleh agama dan tidak menimbulkan kerusakan; (3) dapat digunakan dengan baik; (4) media relevan dengan situasi dan kondisi konteks dakwah (5) media dapat menjadi perantara untuk menghilangkan kesesatan dari orang-orang yang ingkar dan menyalahi agama; (6) jelas dalam tahapan-tahapan penggunaannya; (7) media secara fleksibel dapat digunakan dalam berbagai kondisi mad'u, adat, kepercayaan, dan kebudayaan; serta (8) dapat digunakan dalam berbagai situasi waktu dan keadaan.(Sukayat 2015 : 48)

Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah dan pesan dakwahnya, dan mitra dakwah. Selain ketiga unsur utama ini, media dakwah juga perlu menyesuaikan diri dengan unsur-unsur dakwah yang lain seperti metode dakwah dan logistik dakwah. (Sukayat 2015 : 48)

Maka proses dakwah tanpa menggunakan media masih belum bisa mencapai tujuan yang maksimal, media dakwah bukan hanya berperan sebagai alat atau sistem namun sudah seperti strategi dalam mencapai ke-efektivitas-an dakwah, dari beberapa paparan pendapat para ahli diatas dapat didefenisikan bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dipergunakan atau menjadi penunjang dalam berlangsung nya pesan komunikasi (da'i) kepada khalayak (mad'u) atau media dakwah dengan kata lain dapat digunakan sebagai penunjang dalam proses penyampaian materi dakwah atau ajaran Islam baik lisan maupun

tulisan dan perbuatan yang berfungsi untuk menambah keberhasilan penyampaian ide (pesan dakwah) dari komunikator (da'i) kepada komunikan (khalayak/mad'u) sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat yang menjadi sasaran dakwa itu sendiri. (Munir 2012 : 32)

2.6.1 Jenis-jenis Media Dakwah

Sebagaimana yang telah dipaparkan diatas, media dakwah adalah alat-alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u, untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u yang terdapat dalam Al-Qur'an yang menyebutkan tentang media atau wasilah yaitu:

Qs Al-Israa ayat 57

رَبِّكَ عَذَابٌ إِنَّ عَذَابَهُ يُخَافُونَ رَحْمَتَهُ وَيَرْجُونَ أَقْرَبَ إِلَيْهِمُ الْوَسِيلَةَ رَبَّهُمْ إِلَىٰ يَبْتَغُونَ يَدْعُونَ الَّذِينَ أُولَٰئِكَ
مَحْذُورًا كَانِ

Artinya : Orang-orang yang mereka seru itu, mereka sendiri mencari jalan kepada Tuhan mereka siapa di antara mereka lebih dekat (kepada Allah) dan mengharapkan Rahmat-Nya dan takut akan azab-Nya; sesungguhnya azab Tuhanmu adalah suatu yang harus ditakuti” (Qs. Al-Israa: 57) (Departemen Agama RI 2004 : 150)

Dan Al-Maidah ayat 35

تُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ سَبِيلُهُ فِي وَجَاهِدُوا الْوَسِيلَةَ إِلَيْهِ وَابْتَغُوا اللَّهَ اتَّقُوا اللَّهَ أَمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwala kepada Allah dan carilah wasilah (jalan) untuk mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah (berjuanglah) di jalan-Nya, agar kamu beruntung” (QS. Al-Maidah: 35)
(Departemen Agama RI 2004 : 35)

Hamzah Ya'akub mengelompokan media dakwah kepada lima macam yaitu sebagai berikut:

a. Lisan

Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

b. Tulisan

Dakwah dengan cara tulisan adalah dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan, seperti buku, majalah, surat kabar, microblogger, buleting, kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk dan lain-lain.

c. Akhlak

Akhlak ini adalah media dalam perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran-ajaran Islam dan dapat dimengerti dan dipahami oleh Mad'u Audio Visual

Media audio visual adalah alat dakwah yang merangsang indera pandangan dan penglihatan seperti radio, televisi, film, dan slide. (Hamzah 1993 : 47)

Menurut asumsi Syukir media dakwah ada 6 yaitu : (1) Lembaga-lembaga pendidikan formal melalui proses pendidikan dan pengajaran; (2) Lingkungan keluarga melalui nasihat dan bimbingan yang baik; (3) Organisasi-organisasi islam (4) Hari-hari besar 1 Muharamm Idul Fitri, Idul Adha, Maulid Nabi, Isra Mi'raj dan Nuzulul Quran; (5) Media Massa, Radio, Televisi, Surat kabar, majalah dan sebagainya (6) Seni Budaya Qasidah, (Asmuni 1993 : 168)

Dari ke enam media dakwah diatas, bahwa Instagram merupakan media dakwah dalam yang termasuk sebagai media massa karena aplikasi Instagram bersifat menjangkau banyak orang khususnya kalangan remaja. Sehingga fasilitas ini akan dapat menunjang da'i dalam menyebarkan pesan pesan dakwah karena banyak Mad'u yang menjadi objek dakwah.

Dalam hal ini media dakwah yang digunakan sangatlah penting bagi terlaksananya dakwah dan tidak dapat dipisahkan dengan pribadi juru dakwah (dai) dan komponen lainnya. Apabila salah satu tidak mendukung, maka proses dakwah tidak akan di proses dan dipahami oleh masyarakat (mad'u). Dakwah yang efektif dan mudah diterima masyarakat saat ini termasuk menggunakan aplikasi media sosial Instagram.

Penulis berpendapat bahwa dakwah yang disampaikan lewat aplikasi media sosial Instagram jangkauannya sangat luas, pada era modernisasi seperti sekarang ini sangat banyak masyarakat yang mampu mengakses internet atau media sosial ,merupakan daya tarik internet paling besar dan penting di era globalisasi ini. Dengan media internet seperti Instagram proses dakwah dapat

dilakukan dengan sangat mudah, seorang Da'i dan Mad'u tidak bertemu langsung atau pergi ke tempat dakwah itu berada. Tidak dapat dipungkiri bahwa aplikasi media sosial Instagram sangat efektif sebagai media dakwah dan praktis, mudah di akses, dan cara penyajian dakwahnya pun beragam dan dapat diminati secara optimal.

2.6.2 Fungsi Media Dakwah

Keberagaman media dakwah yang disebutkan diatas memiliki kegunaan dan kesulitannya masing-masing. Namun pada dasarnya semuanya memiliki fungsi yang sama yaitu penyalur tersampainya pesan dan materi dakwah kepada mad'u. pada akhirnya juga mendukung terealisasinya tujuan dakwah dari sudut sistem. Maka media dakwah sejajar dengan masalah-masalah media. Objek dakwah, dan sebagainya. Terlebih jika telah memasuki tahap penentuan strategi dakwah yang efektif dan efisien, Adapun fungsi media dakwah yaitu:

a. Fungsi Menyiarkan Informasi

Fungsi ini adalah fungsi yang utama , keyakinan menunjukkan bahwa masyarakat dalam merespon keberadaan media tidak lain adalah karena kebutuhan mereka terhadap penyerapan informasi, yang dalam hal ini dikaitkan dengan dakwah agar pesan dakwah dapat disampaikan dan diterima oleh Mad'u.

b. Fungsi Mendidik

Fungsi Mendidik yaitu proses penyampaian pesan-pesan dakwah adalah juga sebagai proses Pendidikan, sebab materi dakwah yang di sampaikan

banyak mengandung pengetahuan. Dan bimbingan yang merupakan salah satu aspek dari mendidik

c. Fungsi Menghibur

Fungsi menghibur dengan pesan-pesan dakwah yang memberikan semangat pada pendengarnya seperti janji-janji Allah Swt di dalam Al-Qur'an. Hal ini akan membangkitkan kembali semangat mereka dalam mempelajari islam secara kaffah.

d. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi ini membuat posisi dan status media tidak dapat dipandang remeh. Jika dikolerasikan fungsi ini amatlah relevan dengan esensi fungsi media dakwah, yaitu suatu media yang dapat dijadikan alat merubah bahkan membentuk sikap *mad'u* dari yang tidak baik menjadi baik, sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mewujudkan kebaikan dan kesejahteraan di dunia dan akhirat.

Selain itu ada beberapa fungsi dan peran penting sebuah media buat dakwah Islam yang dapat dirumuskan ke dalam poin-poin berikut:

- a. Sebagai media alternatif acuan akurat simpang siur nya arus informasi tentang bukti diri islam di tengah tengah media barat dan musuh musuh islam terhadap tuduhan pihak yang tidak menyukai islam
- b. Membantu akselerasi mobilitas dakwah islam. Kehadiran media dakwah islam ikut membantu penyiaran dakwah dilakukan secara lisan. Media mewadahi wahana dakwah tulisan kepada para

pendakwah. Media merupakan ruang luas yang bisa menyebarkan informasi secara efektif dan berpengaruh bagi kehidupan sosial.

- c. Senjata melawan ghazwul fikri. Ghzawul fikri atau perang pemikiran yang dilancarkan musuh-musuh Islam salah satunya dilakukan melalui senjata media. Media dakwah islam harus bangkit dan melawan arus agresi musuh ini. (<http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-media-dakwah.htm>), diakses pada tanggal 5 februari 21

2.6.3 Prinsip-prinsip Pengguna Media Dakwah

Prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam mempergunakan media dakwah adalah :

- Penggunaan media dakwah bukan dimaksudkan untuk menggantikan pekerjaan da'i atau mengurangi peranan da'i.
- Tidak ada media satupun yang dipakai dengan harus meniadakan media lain.
- Setiap media memiliki kelebihan kekurangan
- Gunakanlah media sesuai karakteristiknya
- Setiap hendak menggunakan media harus benar-benar dipersiapkan atau diperkirakan apa yang dilakukan sebelum, selama, dan sesudahnya.
- Keserasian antara media, materi, objek dakwah, harus mendapatkan perhatian serius.

2.6.4 Pengaruh Media Dakwah

Pengaruh atau efek adalah hasil yang akan dicapai oleh pernyataan umum pada sasaran-sasaran yang dituju. Dengan kata lain, pengaruh atau *effect* adalah kesan yang ditumbul pada mad'u setelah ia melihat, mendengar, merasa dan sebagainya, baik kesan itu positif maupun negative. Dalam konteks ini yang akan dikemukakan adalah media sebagai sesuatu yang mempengaruhi seseorang. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media terhadap seseorang perlu diadakan penelitian lebih lanjut terhadap orang tersebut baik secara sosiologis ataupun psikologis.

Sebagai landasan pengaruh, penulis juga menggunakan Harrold D. Laswell sebagai acuan yaitu penjabarannya sebagai berikut : (*who*) pesan dari Da'I , (*Says What*) pesan apa yang disampaikan, (*In Which Channel*) menyalurkan melalui media yang ada media tersebut berupa Tv/Media Internet, (*Whom*) pesan tersebut di terima oleh Audience atau Mad'u, (*What effect*) penerima pesan akhirnya akan mendapatkan efek dari apa yang ia terima.(Murtadho.2019:28)

Terdapat beberapa gejala yang dapat dinilai sebagai hasil pengaruh suatu media terhadap seseorang, seperti yang dikemukakan oleh TA Lathief Rousyidiy yang dikutip oleh M.Jakfar Futeh sebagai berikut:

- Telah merasa seperti yang dibicarakan
- Telah berpikir dengan cara dan seperti pemikiran pembicara
- Telah dapat memahami atau mengerti dengan baik isi pesan atau ide yang dikemukakan oleh pembicara

- Telah sepaham atau sependapat dan pendukung terhadap isi pesan yang dimaksud
- Telah bersedia berjuang dan berkorban untuk membela atau mempertahankan kebenaran isi pesan yang diungkapkan pembicara.

2.6.5. Macam-macam Isi Pesan Media Dakwah

Pada saat sekarang, materi-materi yang disajikan cenderung dikaitkan dengan kehidupan kemasyarakatan. Karena ajaran islam maka setiap da'I harus selalu berusaha dan terus menerus mempelajari dengan menggali ajaran islam serta mencermati tentang situasi dan kondisi masyarakat sehingga materi dakwah dapat diterima oleh objek dakwah dengan baik. Namun pada dasarnya materi dakwah itu tergantung dengan dakwah yang hendak dicapai, secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah itu tergantung dengan target dakwah hendak dicapai. Secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah tersebut dapat diklasifikasikan menjadi:

a. Masalah akidah

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah aqidah Islamiyah. Karena akidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari akidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia, Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dakwah Islam akidah atau keimanan. Dengan iman yang kokoh akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang selalu menyertai Langkah dakwah. Materi tentang akidah islam terkait pula dengan ajaran tentang adanya malaikat, kitab suci, para rasul, dan kabar baik dan buruk. Dengan demikian ajaran pokok

dalam akidah mencakup enam elemen ini. Inti dari materi akidah ini adalah keyakinan tentang keesaan Allah SWT dan hati sedangkan selebihnya merupakan elemen-elemen yang mengukuhkan inti dari akidah tersebut.

b. Masalah Syariat

Syariat Allah yang ditujukan untuk umat manusia itu pada dasarnya satu risalah yang ditujukan untuk para nabi bersifat kekal dan abadi. Allah telah memberi syariat kepada manusia berupa agama itu esensinya satu, yaitu “Islam” dan tidak akan berubah dengan bergangtunya nabi serta tak akan berubah dengan berubahnya masa. Mendidik hati agar mau menerima sebuah undang-undang untuk menjadi hukum yang di taati.(Alwi 2013 : 123) Masalah dakwah yang bersifat Syariah ini sangat luas mengikat seluruh umat Islam. Ia merupakan jantung yang tak terpisahkan dari kehidupan umat Islam dan materi dakwah dalam bidang Syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian secara cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan pembaruan sehingga umat tidak terperosok keburukan. Syariat islam itu sangatlah luas dan fleksibel, Syariah ini ke dalam permasalahan umat zaman sekarang yang bisa menjawab atau memberikan solusi terhadapnya. Yang penting adalah syariat ini tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu Al-Qur’an dan Hadits. Materi dakwah menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas dalam bidang hukum yang bisa wajib,

dibolehkan (*mubah*), di anjurkan (*mandup*) dianjurkan supaya tidak dilakukan (*makruh*), dan dilarah (*haram*).

c. Masalah Muamalah

Islam ternyata agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar dari pada urusan ibadah, dan islam adalah agama yang menjadikan seluruh bukti ini masjid, tempat mengabdikan kepada Allah SWT. Dan muamalah jauh lebih luas daripada ibadah. Hal demikian dengan alasan.

- Dalam Al-Quran atau kitab-kitab hadits, proporsi terbesar sumber hukum itu berkenaan dengan urusan muamalah.
- Adanya sebuah realita bahwa urusan ibadah bersamaan waktu dengan urusan muamalah yang penting maka ibadah boleh diperpendek atau ditangguhkan.
- Ibadah yang menagandung segi kemasyarakatan diberi ganjaran lebih besar daripada ibadah yang sifatnya perorangan.
- Bila urusan ibadah dilakukan dengan tidak sempurna atau batal. Karena melanggar pantangan tertentu maka kifartnya (tebusannya) adalah melakukan sesuatu yang berhubungan dengan muamalah
- Melakukan amal baik dalam kemasyarakatan mendapat ganjaran lebih besar dari ibadah sunnah.

(Jalaludin 1998 : 46)

d. Masalah Akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam islam disebut akhlak. Wilayah akhlak dalam Islam memiliki cakupan yang luas, sama luasnya dengan perilaku dan sikap

manusia. Nabi Muhammad SAW bahkan menempatkan akhlak sebagai pokok kerasulannya. Melalui akal dan kalbunya, manusia mampu memainkan peran dalam membentuk baik dan buruknya Tindakan dan sikap yang ditampilkannya. Ajaran islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam smesta.

Ajaran akhlak dalam ajaran islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang ekspresi dan kondisi kejiwaanya. Akhlak dalam Islam bukanlah suatu norma ideal yang tidak dapat diimplementasikan dan bukan pula norma sekumpulan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati. Bertolak dari prinsip perbuatan manusia ini maka materi akhlak membahas norma luhur harus menjadi jiwa dari perbuatan manusia, serta etika atau tatacara yang harus dipraktikan dalam perbuatan manusia, serta etika atau tatacara yang harus dipraktikan dalam perbuatan manusia sesuai dengan jenis sasarannya. (Efendy 2002 : 326)

Untuk itu, salah satu materi dakwah Islam dalam rangka memanifestasikan penyempurnaan martabat manusia serta membuat harmonis tatanan hidup masyarakat disamping aturan legal format yang terkandung dalam syariat, salah satu ajaran etis Islam adalah akhlak. Karena ajaran Islam yang disampaikan oleh nabi secara total mengandung nilai akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia dan alam sekitar. Semakin dekat orang dengan Tuhan maka semakin bagus juga akhlaknya.

2.6.6 Instagram Sebagai Media Dakwah

Hekekat dakwah adalah mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalankan) ideologi (pengajaknya) sedangkan pengajak (da'i) sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya. Dakwah tersebut agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.(Asumni 1993 : 165)

Terkait dengan pengguna media dakwah, media internet menjadi media yang efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus batas ruang dan waktu. Cakupan geografis dakwah melalui internet tidak terbatas. Semua pengguna internet dapat tersentuh oleh dakwah jenis ini. Oleh karena itu, tidak mengherankan, jika perkembangan selanjutnya media ini menempatkan posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan media yang sudah ada sebelumnya.(Wahyu 2006 : Loc.it) Ada tiga alasan dakwah melalui internet itu **penting**:

1. Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk selalu terhubung dengan komunitas muslim yang terbesar di segala penjuru dunia.
2. Citra islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu diperbaiki. Internet menawarkan kemudahan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ketuhanan ke seluruh dunia.

3. Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya juga menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan akidah.(Wahid, 2004 : 110)

Begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah pun dapat dilakukan di media sosial yang terlahir dalam perkembangan internet, Instagram adalah salah satu dari media sosial yang terlahir dalam perkembangan internet yang juga memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik Instagram itu sendiri. Seperti media sosial lainnya. Instagram juga memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah, diantaranya:

1. Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau
2. Pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah.
3. Para pakar dan ulama yang berada dibalik media dakwah melalui internet bisa berkonsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
4. Dakwah melalui internet telah menjadi satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
5. Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiyah melalui internet bisa menjangkau segmen luas. Sejatinya, tak hanya konsep dakwah konvensional yang dapat diberikan melalui internet. Umat islam

bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis islami, silaturahmi dan lain-lain. (Maarif 2010 : 172)

Selain yang telah dipaparkan diatas, Instagram sebagai media dakwah memiliki cara dan bentuk dakwah yang sesuai dengan jenis media sosial tersebut. Pada dasarnya Instagram adalah aplikasi media sosial dengan jenis *Photo* dan *Video sharing*, sehingga dakwah yang ada dalam Instagram pun variatif dan beraneka ragam.

2.7. Pengertian Instagram

Instagram terdiri dari dua kata “Insta” dan “Gram”, kata “Insta” berasal dari kata instan yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid di tampilannya. Sedangkan kata “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga istilah “Instagram” dapat mengacu ke data “Instan-Telegram”. (<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>. Diakses pada tanggal 5 Februari 2021)

Menurut Bambang Instagram adalah sebuah aplikasi smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. (Dwi 2012 : 10)

Instagram dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat

foto menjadi lebih indah seperti konten instastory disertai dengan efek-efeknya dan untuk postingan feed Instagram ada berbentuk photo, video satu menit, *ig Tv* serta dilengkapi fitur simpan dan arsip. Di Instagram kita bisa menjadi apa saja seperti microblogger, berwirausaha, dan menjadi role model bagi pengikutnya.

2.7.1. Sejarah Instagram

Pada awalnya sebuah star-up bernama Burbn yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi *photo sharing* revolusioner Instagram. Di *startup* yang didirikannya perusahaan Burbn inc tersebut Kevin Systrom dan Mike Krieger berkeja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya.

Kevin adalah sarjana Stanford University pada tahun 2006 dengan jurusan *Management Science & Engineering*. Kevin mengenal star-up sejak magang di Odeo yang kemudian bernama Twitter. Dua tahun setelah itu. Kevin berkeja di Google yang mengerjakan Gmail, Google Reader, dan lainnya termasuk tim *Corporate Development*. Setelah keluar dari Google, Kevin berkeja di perusahaan NextStop, di perusahaan ini Kevin menuangkan ide-idenya dengan bagaimana membuat program yang kemudian lahirlah nama Burbn. Kevin membangun sebuah *protipe* dari HTML (*Hiper text markup language*) dan menyerahkan kepada beberapa teman. Lalu Mike Krieger masuk kedalam Burbn, Mike merupakan alumni dari Standford University dengan jurusan *Symbolic Systems* dengan fokus pada *Human Computer Interaction*. (<https://www.quora.com/Instagram-company>. Diakses pada tanggal 05 Feb. 21)

Burbn merupakan teknologi yang berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam berbasis HTML5 yang digunakan untuk *check in* lokasi, mendapatkan point untuk *hang out* teman, posting foto, dan update status. Karena Burbn inc. memiliki fokus yang terlalu banyak di HTML5 *Mobile (Hiper text markup language 5)*, Kevin Systrom dan Mike Krieger kemudian hanya memfokuskan pada satu hal yaitu membuat sebuah versi *prototipe* pertama dari Burbn, yang berfokus pada foto saja. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan dalam Iphone, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial Instagram. Ternyata *trend* pengguna Burbn lebih banyak memanfaatkan fitur photo sharing dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah *prototipe* aplikasi photo sharing. (Dwi, 2012 : 7)

Instagram membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dan aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek "*right here right now*" dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah semua orang. Maka ditemukanlah nama Instagram. (Dwi 2017 :12)

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses karena tidak menggunakan iklan, hanya mengandalkan *viral marketing* yang berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Di masa-masa awal ini, Kevin dan Mike hanya menggunakan kotak kecil di pengelolaan *data center* untuk menyimpan foto foto dari pengguna. Dalam waktu seminggu saja, penggunanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis *Cloud Amazon* yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat *buzz* di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending topic*

dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2,5 bulan pegguan Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram hadir secara eksklusif di platform IOS. Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari Apple, App Store telah beberapa kali memberikan apresiasi kepada Instagram, seperti masuk dalam *feutured app*, *top free app* untuk kategori fotografi, dan puncaknya adalah diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. App Store adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari Iphone, Ipad Toch dan Ipad.

Instagram menjadi layanan photo sharing yang handal dengan sejuta pegguna. Kevin dan Mike mulai mendapatkan ke *platform* lain yaitu Android, karena *platform* buatan Google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada di *platform* di android. Jumlah pegguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo sharing dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pegguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah booming kehadirannya di android, perusahaan diakusisi oleh facebook. (Dwi 2012:12)

Instagram banyak peggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pegguna dapat

memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “Follow”, “Like” foto dan “Populer” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna Smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru komunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat. (Dwi 2012:13)

Instagram resmi lahir dan dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 Oktober 2010. Sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring untuk mendaftar di hari pertama. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian Instagram mengeluarkan fitur hastag atau tagar pada tanggal 27 Januari 2011 agar memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan pengguna lainnya, pengguna bertambah menjadi 1,75 juta pada tanggal 2 Februari 2011 dan foto-foto Instagram mendapatkan like sebanyak 78 juta dan tanggal 15 Februari mencapai 2 juta, pada tanggal ini pula Instagram mengumpulkan sebanyak US\$ 7 juta dari berbagai investor, termasuk Benchmark Capital, Jack Dorsey, Chris Sacca (Melalui dana Capital), dan Adam D'Angelo, berdasarkan kesepakatan, Instagram ditafsir bernilai sekitar US\$ 25 juta. Pada tanggal 12 Juli dalam waktu 8 bulan telah berhasil memiliki 5 juta pengguna dan 100 juta foto yang diunggah di Instagram. Instagram merilis versi 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan fitur live filter. Instant tilt shift dan resolusi tinggi. (Geoff Desreumaux. <http://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/#!prettyPhoto>. Diakses pada 05 Feb. 21.

Pada 3 April 2012, Instagram resmi rilis untuk sistem operasi Android. Aplikasi media sosial Instagram berhasil diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari, pada minggu yang sama Instagram berhasil mengumpulkan US\$ 50 Juta dari Venture Capitalist untuk berbagi *share* perusahaannya, proses tersebut membuat Instagram bernilai US\$ 50 Juta. Pertumbuhan pesat Instagram juga terlihat pada saat tiga bulan selanjutnya dimana Instagram mendapatkan lebih dari 1 juta rating di Google Play. Instagram saat itu menjadi aplikasi kelima yang pernah mencapai satu juta peringkat di Google Play Store. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Instagram di ambil alih Oleh Facebook senilai hampir 1 Miliar Dollar dalam bentuk tunai dan saham. Tawaran ini dating Bersama dengan kebijakan untuk tetap membiarkan Instagram dikelola secara mandiri. Pada Mei 2006. Instagram memperkenalkan

versi 10.10.0 dengan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien. (Atmoko Bambang Dwi, 2012 : 28)

2.7.2. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah. Menu itu di antara lain adalah:

a. Home page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layer dari bawah ke atas seperti saat *scroll* mouse di computer.

b. Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar dibawah foto, kemudian ditulis kesan kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send atau kirim.

c. Explore

Explore merupakan tampilan foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia

untuk menentukan foto nama yang dimasukkan ke dalam *explore effect* atau umpan explore.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa di akses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah di upload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

e. News feed

Merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu "*Following*" dan "*News*". Tab "*Following*" menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*. Maka pemberitahuan tersebut muncul ke tab ini.

f. Stories

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur Home, namun dalam jendela *Stories* atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, berbeda dengan foto dan video yang di posting di halaman home, setiap stories yang dibuat oleh pengguna akan terlihat dalam kurun waktu satu menit akan berganti ke stories selanjutnya jika waktu tersebut telah habis dan dalam waktu 24 jam maka stories akan terhapus dengan sendirinya. Fitur stories lebih terlihat

seperti khas kilas singkat untuk membagikan momen secara singkat dan mudah.

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di posting ke Instagram menjadi lebih baik dan bermakna, antara lain yaitu :

a. Caption

Keterangan atau *caption* bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Caption* dapat dibuat Ketika sedang membuat konten yang akan diposting, *Caption* dapat diubah melalui tombol sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik yang berada di atas konten.

b. Hashtag

Hashtag adalah symbol bertanda tagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan *hashtag* tertentu.

c. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Sebagai media sosial, banyak berinteraksi yang terjadi dalam aplikasi Instagram sehingga Instagram menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:

a. Follow

Follow berarti ikut, *followers* adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram. Jumlah pengikut dan pengguna yang diikuti akan terlihat di profil pengguna.

b. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati. Menyukai atau *like* konten dilakukan dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah *caption* yang berseblahan dengan komentar atau dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Comments

Comments atau komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran , pujian atau kritikan.

d. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut. (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang 2016:16)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, proses dan makna (perspektif subjek) lebih di tonjolkan dalam penelitian kualitatif. Berdasarkan pandangan tersebut, penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mencari sebuah fakta, kemudian memberikan penjelasan yang ditemukan di lapangan. Dalam penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan suatu kondisi sosial tertentu. menjelaskan bagaimana pemanfaatan Instagram “Go Hijrah” dalam mengembangkan Dakwah Islam di Kalangan Remaja Medan

Penelitian ini dilakukan melalui sosial media yaitu Instagram Go Hijrah terhadap followers khususnya Remaja Medan yang menggunakan internet sebagai media pengetahuan dakwah atau pengetahuan Islam. Oleh karena itu, pendekatan ini digunakan adalah pendekatan *deskriptif* yaitu memperoleh gambaran. Dengan cara observasi dan wawancara Da’i Go Hijrah dan Remaja Medan sebagai Mad’u dan di dokumentasikan.

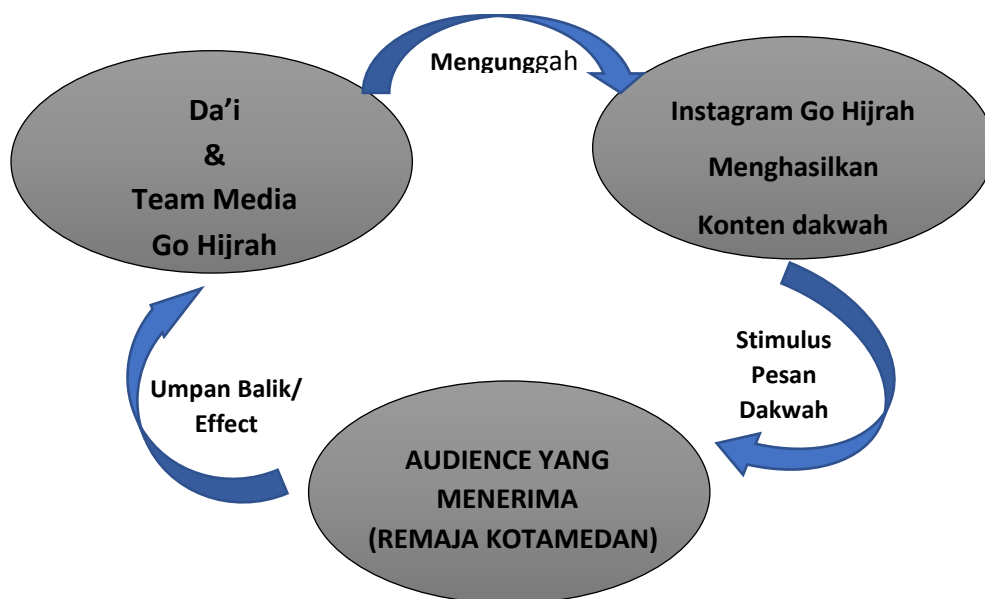
Tahap pertama dilakukan dengan mengamati konten Dakwah di Instagram Go Hijrah, yang mana tiap-tiap konten video minute booster bertemakan tematik tersebut. melihat konten mana yang dapat menyentuh Remaja Medan untuk menerima ajakan berbuat kebaikan. Kemudian pengumpulan data dilakukan melalui wawancara Da’i Go Hijrah dan Remaja Medan untuk mengetahui

jawaban konkrit dari pokok permasalahan yang diteliti lalu Dokumentasi dengan Narasumber.

Berdasarkan sifat penelitian deskriptif, dalam penelitian ini menggambarkan tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah, situasi Remaja Medan. Penelitian ini relatif sederhana yang tidak memerlukan landasan teoritis rumit, dan termasuk penelitian mengenai gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Deskriptif berkaitan dengan situasi yang memerlukan teknik pengumpulan data dan informasi melalui wawancara dan melakukan obeservasi (pengamatan) secara langsung.

Dipilihnya penelitian ini untuk mengharapkan memperoleh gambaran dan paparan yang tepat tentang Bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi Remaja Kota Medan.

3.2 Kerangka Konsep



3.3 Defenisi Konsep

Defenisi konsep adalah penjabaran mengenai kerangka konsep untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoritis dalam penelitian, maka penulis menyederhanakan beberapa konsep tersebut sebagai berikut : Agar tidak terjadi kesalah-pahaman antara peneliti dan pembaca mengenai judul yang akan diteliti, maka akan peneliti jelaskan istilah yang ada di dalam penelitian ini yaitu

Sebagai landasan pengaruh, penulis juga menggunakan Harrold D. Laswell sebagai acuan yaitu penjabarannya sebagai berikut :

(*Who*) pesan dari Da'i , (*Says What*) berkata apa (*In Which Channel*) menyalurkan melalui media yang ada Tv/Media Internet, (*Whom*) pesan tersebut di terima oleh Audience atau Mad'u yaitu Followes Go Hijrah, (*What effect*) penerima pesan akhirnya akan mendapatkan efek pribadi/ kebermanfaatan bagi dirinya sendiri setelah mendengarkan pesan dakwah dan yang kedua efek timbal balik terhadap instagram Go Hijrah, Remaja medan merasakan kebermanfaatan dengan hadirnya Go Hijrah di instagram.

- a. Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah dengan sendirinya menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada. Jadi dakwah melalui instagram merupakan solusi bagi remaja yang sibuk dengan aktivitas nya, karena dakwah dimedia sosial tidak di batasi ruang dan waktu, melainkan kapan saja mereka bisa mengaksesnya.

- b. Instagram salah satu media yang dimanfaatkan Komunitas Go hijrah sebagai menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak umum . Go Hijrah yang mewadahi Milenial/Remaja untuk mempelajari islam dengan kegiatan yang modern, asik, dan edukatif. Go Hijrah hadir sebagai solusi bagi milenial yang ingin belajar agama islam dengan cara yang kekinian dengan tetap memperhatikan syariat islam. Tujuan Go Hijrah ialah meningkatkan pemahaman anak-anak muda/remaja terhadap agama Islam, memelihara aqidah dan meningkatkan kualitas iman, ketaqwaan serta menambah ilmu yang bermanfaat bagi pemuda islam. Dengan itu Go hijrah hadir di instagram sebagai media dakwah yang cukup efektif untuk di akses
- c. Konten, yang disajikan yaitu berupa tulisan, dan video tematik yang berdurasi satu menit, konten tersebut dapat menjadi pengingat/ reminder bagi pendengar terkhusus remaja medan. Lalu konten tersebut disesuaikan dengan trend, trend juga menjadi salah satu yang harus dilihat. Apa tren yang sedang berkembang dimedia sosial saat ini, atau isu yang sedang ramai diperbincangkan agar stimulus pesan yang diberikan Komunikator (Da'i) kepada komunikan Audience/Mad'u (Remaja Medan) lebih diminati dengan informasi dakwah tersebut, dapat mempengaruhi pola pikir dan dan adanya tindakan.
- d. Dikemas secara menarik, berupa design yang minimalis dan kekinian agar khalayak tertarik

- e. Remaja Kota Medan jadi mengenal nilai-nilai islam. Dan mengambil sikap/Tindakan dengan menyukai , mengkomen, dan membagi konten dakwah pada instagram Go Hijrah sehingga khalayak dapat merasakan kebermanfaatan informasi yang sama. Dan Dakwah merupakan tugas bagi setiap umat muslim.

Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dan komunikasi atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dengan pesan-pesan yang disampaikan tersebut. Terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Di dalam dakwah demikian juga. Seorang da'i sebagai komunikator dan kemudian beerharap agar komunikasinya dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan isi pesan yang disampaikannya. Yaitu komunikasi dakwah “proses penyampaian informasi Islam bertujuan Mempengaruhi Komunikan/Mad'u (Remaja Medan) agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.4

Konsep	No	Kategorisasi
Pemanfaatan Instagram “Go Hijrah” dalam pengembangan Dakwah Islam di Kalangan Remaja Medan	1	Konten Dakwah Video Minute Booster(Tematik)
	2	Efektivitas remaja medan dalam mengakses Instagram Go Hijrah

3.5. Operasionalisasi Konsep

Tabel 3.5

Konsep & Defenisi Konsep	Indikator
<p>a. Instagram Go Hijrah adalah salah satu media yang dimanfaatkan Komunitas Go Hijrah sebagai media yang menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak umum/sesama pengguna Instagram. Follower Go Hijrah di Instagram 23.400 (dua puluh tiga ribu empat ratus rupiah) sehingga cukup efektif berdakwah di media sosial Instagram.</p> <p>b. Konten dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah isi pesan yang dituangkan dalam bentuk video dakwah singkat yang bertujuan mendakwahi remaja agar menuju suatu kebaikan.</p> <p>c. Pengemasan konten dakwah tersebut yaitu dengan mengabungkan antara audio dan visual yang direkam sebelumnya</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Video satu menit & Ig Tv <p>Isi pesan berupa pesan-pesan dakwah yang membangkitkan kembali iman seorang muslim dan menyeru untuk berbuat kebaikan. biasa disebut video (Booster)</p> <p>Seperti pada video yang berjudul</p> <p>“Pemuda Peradaban Islam”</p> <p>“Makna tujuan”</p> <p>“Belajar dari masa lalu”</p> <p>“Sudah benerkah niat kita”</p> <p>“Menikah”</p> <p>“Merasa banyak Dosa”</p> <p>“ Jangan Korban Imanmu”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Isi pesan singkat, padat, jelas. • Termatik, disesuaikan dengan tema yang ingin dibahas oleh Da’I atau biasanya sesuai dengan trend/isu .agar lebih relate dengan permasalahan-permasalahan pada

<p>lalu diberikan design sedemikian rupa (menarik)</p> <p>d. Fitur Instagram yang mendukung menyebar luaskan pesan-pesan dakwah dari Instagram “Go Hijrah”</p>	<p>saat itu dan pesan dakwah tersebut tepat pada sasaran.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merujuk pada Al-Qur’an & Hadist • Biasanya design yang menarik dan minimalis cukup diminati oleh followers Go Hijrah. <p>Fitur yang digunakan berupa :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Foto, Video satu menit, dan IG Tv • InstaStory, berupa cerita harian yang berurasi 10 detik • Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah di ikuti. • Kamera, dimana lewat instagram pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri, tetapi dapat langsung membidik. • Comments layanan instaram yang dapat berkomentar di kolom komentar • Like dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto dalam instagram • Explore merupakan tampilan foto-foto populer yang paling banyak
--	---

	<p>disukai para pengguna Instagram.</p> <ul style="list-style-type: none">• Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna baik itu profil pribadi maupun sesama pengguna lainnya.• News Feed merupakan fitur menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.• Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video letaknya di fitur home. dan sebagai pengguna Instagram dapat juga membuat stories.• Direct Message layaknya mengirim pesan kepada pengguna Instagram lain.• Caption ialah keterangan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut.• Hastag adalah symbol bertanda pagar (#) yang berfungsi memudahkan pengguna menemukan foto, video dengan hastag tertentu.• Lokasi fitur menampilkan lokasi
--	--

	dimana pengguna pengambilannya.
e. Logo Go Hijrah identitas dari karakteristik Go Hijrah yang nantinya masyarakat akan mengingat dan mengenal logonya mewakili entitas tersebut. biasanya logo ini di pakai sebagai watermark video, foto, dan profil dari Go Hijrah sendiri.	<ul style="list-style-type: none"> • Berbentuk rounded rectangle yang artinya dalam lingkaran dakwah • Warna dasar hitam dengan tulisan “GO HIJRAH” warna putih artinya hitam dari masa Jahiliyah/kelam, putih berhijrah ke masa yang terang benderang artinya meninggalkan masa kelam menuju masa yang terang benderang. • Pada Huruf “O” di kalimat “GO” terdapat refleksi cermin pada huruf “O” yang artinya setiap bagian dari Go Hijrah harus mencerminkan perilaku sebagaimana Rasulullah Saw ajarkan.
f. Da’I adalah sebutan dalam Islam bagi orang yang bertugas mengajak, mendorong orang lain untuk mengikuti, dan mengamalkan ajaran Islam.	<ul style="list-style-type: none"> • Ustadz • Founder Go Hijrah
g. Remaja Medan, sebagai generasi muda mempunyai peran penting dalam menentukan masa depan Agama dan Bangsa	<ul style="list-style-type: none"> • Memperoleh pengetahuan Agama • Memanfaatkan instagram sebagai sarana menerima informasi dakwah • Efektivitas dalam mengakses Instagram Go Hijrah • Dampak dari menggunakan

	<p>Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dampak dari mengonsumsi pesan-pesan dakwah • Perubahan perilaku dan sikap
--	---

3.6. Metode Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data digunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survey melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek). Teknik wawancara digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden. Adapun jenis wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin, yaitu kombinasi antara wawancara tak terpimpin dan terpimpin. Jadi pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti, selanjutnya dalam proses wawancara berlangsung mengikuti situasi pewawancara harus pandai mengarahkan yang diwawancarai apabila ternyata ia menyimpang. Pewawancara harus pandai mengarahkan yang diwawancarai apabila ternyata ia menyimpang. Pewawancara menggunakan pedoman wawancara (guide) yang berfungsi sebagai pengendali sampai proses wawancara kehilangan arah.

b. Metode Observasi

Merupakan salah satu Teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap obyek yang dalam metode ini pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap obyek yang di amati, kemudia dicatat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati. Dalam hal ini penulis menggunakan jenis observasi partisipan. Yaitu melakukan pengamatan dengan cara pengumpulan data dan informasi dengan peneliti terlibat pada apa yang diminati atau digunakan sumber dalam penelitian. Penulis menggunakan obsevasi ini karena penulis sebagai peneliti yang juga berstatus Remaja.

c. Dokumentasi

Menurut Kontjaraningrat dokumentasi adalah kumpulan-kumpulan data verbal berbentuk tulisan-tulisan disebut dokumen dalam arti sempit, dokumen dalam arti luas meliputi monument, artifack, foto, tape, dan sebagainya. Jadi dokumentasi adalah suatu cara yang ditempuh untuk memperoleh data melalui dokumen-dokumen yang ada, serta hal-hal yang berhubungan dengan lokasi yang diteliti, metode ini penulis gunakan sebagai metode pelengkap dalam mengumpulkan data yang diinginkan.

3.7. Teknik Analisis Data

Penelitian yang akan dilakukan yaitu bersifat kualitatif, menurut sifatnya kulaitatif yaitu data yang abstrak (*intangibile*) atau tidak tertukar.

Menurut Artikunto bahwa penelitian kualitatif adalah data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan, dengan analisis kualitatif ini diharapkan

dapat menjawab dan memecahkan masalah dengan melakukan pemahaman dan pengalaman secara menyeluruh dan utuh dari obyek yang akan diteliti.

Jadi proses analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu. Selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di sekretariat GO Hijrah, dan Remaja Kota Medan yang sudah memfollow akun Instagram Go Hijrah. lokasi kondisional dimana tempat penelitian tersebut bisa saja berpindah-pindah, tergantung dari obsevasi yang dilakukan penulis. Narasumber penelitian berjumlah 9 orang dimana terdiri dari 5 Key informan (Da'i & Pembuat konten) dan 4 informan (Remaja Medan).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Konten Dakwah Instagram GO HIJRAH

Konten dakwah merupakan bentuk pemanfaatan yang dilakukan Komunitas Go Hijrah dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu jenis media baru. Instagram merupakan media populer di kalangan anak muda. Jadi sangat strategis bila meraimaikan instagram dengan konten-konten dakwah. Perkebamngan teknologi komunikasi ini di dimanfaatkan oleh para pendakwah/da'i untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u terkhusus Remaja Medan. Adapun konten dakwah yang disajikan di intstagram Go Hijrah yaitu video:

4.1.2 Video Minutes Booster

Yaitu konten berdurasi antara satu sampai lima menit yang berisikan ceramah singkat atau *point of view* dari video ceramah. biasanya isi pesan tersebut yang relevan dengan problematika yang sedang dihadapi. Tema dari ceramah tersebut bersifat tematik dan pastinya ceramah tersbut tidak menghakimipara pendengar/mad'u akan tetapi memberikan solusi.

4.1.3 Pengemasan Konten

Dengan menyajikan konten sekreatif mungkin tanpa mengurangi esesnsi pesan dawkah tersebut. Juga menambahkan audio dan visual efek pada konten tersebut agar pesan tersampaikan secara emosional kepada

pendengar. Dan Logo Go Hijrah sebagai watermark video yang manandakan video tersebut identitas Go Hijrah. Berikut tahap-tahap dalam pengemasan konten.

1. Da'i menyampaikan ceramah/pesan dakwah.
2. Mencari point of view dari isi video ceramah tersebut.
3. Mengedit pesan tersebut melalui aplikasi editing video.
4. Menambahkan efek visual seperti footage yang mendukung dalam pesan, dan juga menambahkan audio sebagai pendukung.
5. Pesan disebar luaskan melalui media sosial Instagram.

4.1.4 Isi Konten

Ada banyak sekali konten yang disajikan instagram Go Hijrah, mulai dari kegiatan sosial seperti Share Happiness meliputi Membantu Korban Banjir, Pantungan untuk berbagi kaum dhuafa, dan membahagiakan lansia di panti jompo, dan kegiatan dakwah meliputi kajian-kajian dimasjid, dan kajian di sekretariat Go Hijrah sendiri dari semua kegiatan tersebut dapat dijadikan konten yang positif. Berikut beberapa konten yang disukai para remaja medan di Instagram Go Hijrah :

- Narasumber I : **Aditya Prasetyo**, Judul Konten : ***Pemuda dan peradaban***. Alasannya sesuai dengan kehidupan anak muda sekarang, bahwasanya memang anak muda yang memegang peranan terhadap peradaban yang akan datang, dan anak muda yang kelak akan menentukan arah kehidupan ke depannya.

- Narasumber II : **Fajar Pramudya**, Judul konten : *Belajar dari masa lalu*. Alasannya contoh umat-umat terdahulu dengan sejarah kita mengetahui bahwa ada manusia (Rasulullah Saw) yatim piatu sejak lahirnya tapi dia bisa tumbuh besar menjadi orang yang kuat, kita belajar bahwa keadaan bukan yang menentukan kita akan sukses atau tidak, tapi diri kita sendiri maksudnya ketika kita ingin melangkah untuk masa depan maka sesekali kita harus melihat kebelakang/masa lalu agar kita bisa belajar dari kesalahan-kesalahan sebelumnya dan jalan yang akan di tempuh menjadi mulus.
- Narasumber III : **Mahda Rafsanjani**, Judul konten: *Ramadhan Akan Berakhir*. Konten tersebut mengingatkan bahwa. Bulan Ramadhan akan berakhir namun kelalaian dan tidak maksimalnya beribadah seolah menjadi penyesalan. Konten tersebut mengingatkan jika masih diberi kesempatan hidup untuk beribadah maka beribadahlah dengan sebaik-baiknya ibadah.
- Narasumber IV : **Rizky Wahyudi**, Judul Konten: *Peantian Terindah*. Dari konten tersebut menjelaskan penantian atas do'a-do'a kita ada yang dikabulkan oleh Allah, ada yang disimpan untuk kebaikan di akhirat dan ada do'a yang diganti oleh Allah menjadi lebih baik lagi , disimpulkan bahwa Allah tahu yang terbaik untuk kita.

4.1.5 Fitur Instagram

Merupakan alat pendukung yang dimanfaatkan Go Hijrah dalam fitur Instagram sebagai berikut :

a. Video

Fitur video terbagi menjadi dua yaitu video berdurasi 60 detik dan video Ig Tv berdurasi Panjang, fitur ini cukup favorit bagi pengguna instagram, sebab video terdiri dari audio & visual. Dan pesan yang disampaikan melalui video mudah dipahami, adanya suatu emosional/perasaan didalamnya membuat video tepat sasaran ke para penonton.

b. Foto

Pengguna dapat dengan mudah mengunggah foto-foto ke akun instagram mereka. Dan terdapat filter manual yang membuat tampilan foto menjadi lebih menarik ketika di unggah.

c. Instastory

Instastory atau snapgram merupakan fitur berbagi foto maupun video yang bersifat sementara yang berdurasi waktu 1 x 24 jam, biasanya fitur ini untuk membagikan informasi berulang terhadap postingan yang ada di feed instagram.

d. Home page

Home page halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layer dari bawah ke atas seperti saat *scroll* mouse di computer.

e. Comments

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar dibawah foto, kemudian ditulis kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send atau kirim.

f. Explore

Explore merupakan tampilan foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore effect* atau umpan explore.

g. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari profil milik akun pribadi maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah di upload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

h. News feed

Merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu "*Following*" dan "*News*". Tab "*Following*" menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*. Maka pemberitahuan tersebut muncul ke tab ini.

i. Stories

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur Home, namun dalam jendela *Stories* atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, berbeda dengan foto dan video yang di posting di halaman home, setiap stories yang dibuat oleh pengguna akan terlihat dalam kurun waktu satu menit akan berganti ke stories selanjutnya jika waktu tersebut telah habis dan dalam waktu 24 jam maka stories akan terhapus dengan sendirinya. Fitur stories lebih terlihat seperti khas kilas singkat untuk membagikan momen secara singkat dan mudah.

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di posting ke Instagram menjadi lebih baik dan bermakna, antara lain yaitu :

a. Caption

Keterangan atau *caption* bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Caption* dapat dibuat Ketika sedang membuat konten yang akan diposting, *Caption* dapat diubah melalui tombol sunting yang dapat dilihat pada pilihan konten yang memiliki ikon 3 titik yang berada di atas konten.

b. Hashtag

Hashtag adalah symbol bertanda tagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan *hashtag* tertentu.

c. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Sebagai media sosial, banyak berinteraksi yang terjadi dalam aplikasi Instagram sehingga Instagram menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:

a. Follow

Follow berarti ikut, *followers* adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram. Jumlah pengikut dan pengguna yang diikuti akan terlihat di profil pengguna.

b. Like

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati. Menyukai atau *like* konten dilakukan dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah *caption* yang berseblahan dengan komentar atau dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c. Comments

Comments atau komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran , pujian atau kritikan.

d. Mentions

Fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

4.1.6 Penigisi Konten

a. Ustadz (Pembina Go Hijrah)

Ahmad Syauqi, Merupakan seorang pemateri yang berkompeten dalam bidang dakwah. beliau seorang alumni Mahasiswa Al Azhar Kairo Mesir (S2), beliau juga terlibat dalam project besar seperti, Kemusiaan muslim Uyghur. Tenaga Ahli Dewan.dan pembangunan pesantren

b. Founder Go Hijrah

Alfi Syahri Ramadhan, Merupakan pendiri dari Komunitas Go Hijrah bersama temanya yang bernama Muhammad Handoko, beliau adalah seorang Penulis buku yang bergenre Islam. Merupakan tamatan dari STTD dan Mahad Abu Baidah Bin Al Jarrah.

4.1.7 Remaja Medan

Remaja Medan adalah generasi muda yang mempunyai peran penting dalam menentukan masa depan Agama dan Bangsa. Remaja Medan sebagai target audience dakwah yang ditunjukan Go Hijrah melalui dakwah era baru yaitu Instagram.

4.2 Efektivitas remaja medan dalam mengakses Instagram Go Hijrah

Perkembangan pesat yang dialami oleh instagram saat ini dapat menjadi daya tarik bagi penggiat dakwah di media sosial, dikarenakan banyak audience/mad'u ingin mengetahui informasi tentang islam. Melalui instagram pesan-pesan dakwah dapat tersebar secara massive kepada khalyak terkhusus remaja, pada tahun 2019 menurut laporan yang diluncurkan *NapoleonCat* salah satu perusahaan analisis sosial media. Pengguna instagram terbesar di Indonesia saat ini di dominasi oleh Remaja dengan range umur (18-24 tahun) dengan 23 juta pengguna. (<https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>) di akses pada tanggal 13-Maret-2021

Maka dari itu Komunitas Go Hijrah fleksibel dalam melakukan dakwah yaitu dengan membaca sasaran dakwah sehingga terjadi keberhasilan dalam bdakwah/menyebarkan syi'ar-syi'ar islam. Instagram sebagai penyambung seseorang yang jauh menjadi media informasi yang dekat. Yang kita tahu saat ini remaja disibukan berselancar di media sosial mereka masing-masing dengan mengakses konten-konten bersifat duniawi , Go Hijrah berusaha menghadirkan ruang kosong yang ada pada remaja tersebut, yaitu dengan menjadikan instagram Go Hijrah sebagai wadahnya anak muda yang ingin belajar tentang Islam.

Dari beberapa responden remaja yang peneliti wawacarai, peneliti menyimpulkan bahwasanya dampak remaja setelah menerima pesan dakwah di instagram Go Hijrah yaitu berhasil dalam merubah cara pandang dan menyikapi suatu hal mulai dari keyakinan (Aqidah), bersikap (akhlak,adab), sikap (sunnah), sejarah islam (sirah nabawiyah) dan pengetahuan tentang Islam lainnya.

4.3 Profil Narasumber

Narasumber atau informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar. Dalam proses ini penulis mengumpulkan data berupa hasil penelitian dari wawancara langsung kepada narasumber yang telah ditentukan. Adapun narasumber yang telah peneliti tenttukan sebagai berikut :

Tabel 4.1 Narasumber

No	Nama	Status dalam penelitian	Keterangan
1	Ahmad Syauqi	Da'i Go Gijrah	Key Informan 1
2	Alfi Syahri Ramadhan	Da'i Go Gijrah	Key Informan 2
3	Amirul Anwar	Admin & Pembuat Konten	Key Informan 3
4	Asti Febriani	Admin & Pembuat Konten	Key Informan 4
5	Suwanda Fitra Rizky	Admin & Pembuat Konten	Key Informan 5
6	Aditya Prasetyo	Remaja Medan	Informan 1
7	Fajar Pramudya	Remaja Medan	Informan 2
8	Mahda Rafsanjani	Remaja Medan	Informan 3
9	Rizky Wahyudi	Remaja Medan	Informan 4

Berikut adalah profil singkat mengenai Narasumber atau Informan yang diwawancarai Peneliti :

Ahmad Syauqi, Lc

Informan pertama yang diteliti oleh penulis ialah Ustadz Ahmad Syauqi . Beliau merupakan seorang pemateri yang berkompeten dalam bidang dakwah. beliau seorang alumni Mahasiswa Al Azhar Kairo Mesir (S2), beliau juga terlibat dalam project besar seperti, Kemusiaan muslim Uyghur. Tenaga Ahli Dewan.dan pembangunan pesantren.

a. Nama : Ahmad Syauqi

b. Jenis Kelamin : Pria

- c. Agama : Islam
- d. Usia : 27 Tahun
- e. Pendidikan : S2
- f. Profesi : tenaga ahli dewan
- g. Alamat : Jl Denai

Alfi Syahri Ramadhan

Informan kedua, Alfi Syahri Ramadhan, Merupakan pendiri dari Komunitas Go Hijrah bersama temanya yang bernama Muhammad Handoko, beliau adalah seorang Penulis buku yang bergenre Islam. Merupakan tamatan dari STTD dan Mahad Abu Baidah Bin Al Jarrah.

- a. Nama : Alfi Syahri Ramadhan
- b. Jenis Kelamin : Pria
- c. Agama : Islam
- d. Usia : 25 Tahun
- e. Pendidikan : Diploma III
- f. Profesi : Penulis
- g. Alamat : Jl Karya Jaya Gg Karya selamat No 19 a

Amirul Anwar

Informan ketiga, Amirul Anwar, beliau merupakan wakil presiden di Go Hijrah. dan ahli design flyer di komunitas Go Hijrah beliau juga mementoring junior Go Hijrah untuk berkaya dalam dakwah.

- a. Nama : Amirul Anwar
- b. Jenis Kelamin : Pria
- c. Agama : Islam
- d. Usia : 25 Tahun
- e. Pendidikan : S1
- f. Profesi : Karyawan Swasta
- g. Alamat : Jl Karya Jaya Gg Karya Muda V

Asti Febriani

Informan keempat, yang diteliti oleh penulis ialah Asti Febriani atau di sapa Asti. Beliau adalah seorang pemegang admin Instagram Go Hijrah dan sekaligus Pembuat Konten Go Hijrah dengan keahliannya dalam pengaplikasian software editing video dan design. Beliau juga tamatan sarjana Ilmu Komunikasi dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dan sekarang beliau sedang menempuh Pendidikan di Mahad Abu Baidah bin Al Jarrah

- a. Nama : Asti Febriani
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. Agama : Islam
- d. Usia : 24 Tahun
- e. Pendidikan : S1 Ilmu Komunikasi
- f. Profesi : Freelance
- g. Alamat : Jl Kelambir V, Al Badar 1 , No 11

Suwanda Fitra Rizky

Informan kelima yang diteliti penulis ialah Suwanda Fitra Al sukaramayi biasa disapa siwen, beliau adalah ahli tafsir film Aot, selain itu ia seorang vidografer dan editor di Go Hijrah. Beliau juga tamtatan dari Sarjana Ilmu Komunikasi Muhammadiyah Sumatera Utara dan sekarang membuka production house sendiri yaitu LiniMasa.

- a. Nama : Suwanda Fitra Rizky
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. Agama : Islam
- d. Usia : 23 Tahun
- e. Pendidikan : S1 Ilmu Komunikasi
- f. Profesi : Freelance (Videografi / Editor)
- g. Alamat : Jl A.R Hakim No 53

Aditya Prasetyo

Informan keenam yang diteliti penulis ialah Aditya Prasetyo sebagai Remaja Medan yang mengikuti akun Instagram Go Hijrah ,biasa disapa jarjit. Beliau seorang Nyctophilia dan penulis di akun prasaditya, beliau sekarang bekerja di MNC Play Media.

- a. Nama : Aditya Prasetyo
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. Agama : Islam

- d. Usia : 23 Tahun
- e. Pendidikan : SMA
- f. Profesi : Mahasiswa/Pekerja
- g. Alamat : Jl Bunga Kenanga Gg Baja No 3

Fajar Pramudya

Informan ketujuh yang diteliti penulis ialah Fajar Pramudya, beliau adalah seorang mahasiswa USU semester dua, beliau cukup aktif di kegiatan dakwah dan juga memfollow akun Go Hijrah

- a. Nama : Fajar Pramudya
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. Agama : Islam
- d. Usia : 18 Tahun
- e. Pendidikan : SMA
- f. Profesi : Freelance
- g. Alamat : Jl Bunga Kenanga Gg Baja No 4

Mahda Rafsanjani

Informan kedelapan yang diteliti penulis ialah Mahda Rafsanjani biasa disapa Jhon, beliau adalah seorang Jurnalis di Teropong, dan beliau sering mengikuti postingan yang ada di instagram Go Hijrah.

- a. Nama : Mahda Rafsanjani
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki

- c. Agama : Islam
- d. Usia : 23 Tahun
- e. Pendidikan : SMA
- f. Profesi : Freelance
- g. Alamat : Jl Sutrisno Gg Amal 2

Rizky Wahyudi

Informan kesembilan yang diteleti penulis ialah, Rizky Wahyudi biasa di sapa bray risky , beliau adalah seorang pekerja keras dan juga berkicumpung didunia dakwah dengan keahliannya dalam membuat design-design flyer kajian.

- a. Nama : Rizky Wahyudi
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. Agama : Islam
- d. Usia : 19 Tahun
- e. Pendidikan : Kuliah
- f. Profesi : Pekerja
- g. Alamat : Jl Seto Gg Karya Budi No. 7

4.4 Hasil Wawancara

Tabel 4.2

Key Informan (Da'i & Founder Go Hijrah)

No	Pertanyaan	Nama	Jawaban
1	Mengapa Media sosial Instagram menjadi pilihan sebagai sarana Dakwah?	Ustadz Ahmad Syauqi (10-Maret-21)	Media sosial dapat menjangkau lebih daripada media konvensional lainnya, bahkan dapat berdakwah secara langsung.
		Alfi Syahri Ramadhan (Founder Go Hijrah) (10-Maret-21)	Karena memang Instagram masih menjadi media sosial paling populer di Indonesia dan penggunaannya mayoritas adalah anak-anak muda, jadi sangat strategis bila kita turut meramaikan Instagram dengan konten dakwah.
2.	Bagaimana cara memanfaatkan Instagram sebagai media Dakwah?	Ustadz Ahmad Syauqi	Dengan memanfaatkan instagram sebagai sarana konten-konten Dakwah. Instagram adalah platform yang di harapkan bisa menjadi “Koran” dan alat menyebarkan konten-konten ke islamanan, konten dakwah dikemas semenarik mungkin lalu di posting di instagram

Alfi Dengan membuat beberapa jenis
 Syahri konten seperti poster dakwah video
 Ramadhan kajian , dan tanya jawab.

(Founder
 Go Hijrah)

3. Bagaimana pandangan Ustadz Ada fenomena letih beragama di
 (Da'i) Go Hijrah Ahmad dekade terakhir khususnya
 mengenai realitas Syauqi dikalangan remaja umum. Letih
 Remaja Medan karena dakwah selama ini
 sekarang? dikemas/tidak menarik. Letih juga
 disebabkan oleh fenomena konflik
 beragama yang sering terjadi.
 Kesemua faktor ini menjadikan
 bayang kalangan muda yang merasa
 agama menjadi tidak relevan lagi
 bagi mereka. Hadirnya kemas baru
 dakwah yaitu sosial media. Dan
 sedikit hal ini memberi warna baru
 bagi muda mudi. Kini mereka
 cenderung lebih minat untuk
 beragama.

Alfi Kota medan termasuk kota yang
 Syahri tertinggal cukup jauh dari kota-kota
 Ramadhan besar dalam perkembangan
 (Founder dakwahnya, khususnya di kalangan
 Go Hijrah) remaja anak muda. Antusias masih
 minim dan kreativitas dari para
 pendakwah juga demikian.
 Terkhusus untuk kalangan muda

kota medan ini memang menjadi sarang bagi berbagai macam pemikiran, sehingga anak-anak mudanya juga terpecah ke berbagai kelompok itu juga yang menyebabkan antusias terhadap ilmu agama masih kurang.

4	Apakah berdakwah melalui instagram dapat mempengaruhi Tindakan sikap?	Ustadz Ahmad Syauqi	Beberapa kasus iya, bahkan di Go Hijrah sendiri ada beberapan rekan kita yang dulunya jauh dari agama dan sekarang lebih dengan agama. Dan itu berpengaruh terhadap attitude mereka.
		Alfi Syahri Ramadhan	Insya'Allah, walaupun memang segmennya belum terlalu besar begitu juga dengan dampaknya. Karena harus bersaing juga dengan berbagai konten negatif yang terbesar di media sosial.
5	Kenapa penting berdakwah dikalangan remaja?	Ustadz Ahmad Syauqi	Sebab remaja adalah pewaris negara ini, setiap remaja kelak di masanya akan menjadi pengambil keputusan di negeri ini. Bayangkan jika pemimpin masa depan nanti itu adalah mereka yang tidak beradab, beretika, tidak kenal norma dan lagipula budaya khas kita sebagai bangsa beradab dan beragama. Maka dari itu akan jadi apa bangsa

ini nanti. Untuk itu penting berdakwah dan menanamkan nilai kepada remaja.

	Alfi Syahri Ramadhan	Karena memang remaja adalah pelanjut estafet dan perjuangan, mereka juga sedang berada pada usia penuh semangat dan rasa ingin tahu, jadi agama bisa menjadi panduan yang tepat agar tidak merusak masa remaja juga masa depannya.	
6	Adakah umpan balik/ respon terhadap pesan yang disampaikan kepada khalayak/Followers Go Hijrah?	Ustadz Ahmad Syauqi	Teruslah berkembang dan belajar, dengan agama ini kita bisa menyelamatkan Indonesia.
	Alfi Syahri Ramadhan	Tentu ada, dalam berbagai bentuk, ada yang merespon positif misalnya turut membantu pendanaan. Meramaikan kegiatan yang dibuat dan bergabung pada susunan struktur Go Hijrah.	
7	Apa tujuan Go Hijrah berdakwah melalui Instagram	Ustadz Ahmad Syauqi	Agar pesan dakwah tersebar massive dan menjangkau semua kalangan
	Alfi Syahri	Agar bisa bertujuan menyebarkan pesan kebaikan ditengah	

		Ramadhan	merebaknya konten negatif di media sosial.
8	Apakah terdapat hubungan antara pemanfaatan Instagram terhadap pemenuhan informasi dakwah islam di kalangan remaja?	Ustadz Ahmad Syauqi	Ya ada irisa diantaranya
		Alfi Syahri Ramadhan	Iya karena media sosial memberikan akses yang sangat mudah kepada semua kalangan terlebih pada remaja, jadi kita harus menyajikan informasi yang baik agar mereka para remaja mendapatkan refrensi yang baik pula.

Tabel 4.3

Key Informan (Admin & Pembuat Konten)

No	Pertanyaan	Nama	Jawaban
1	Konten seperti apa yang disukai oleh Followers Go Hijrah?	Amirul Anwar (14-Maret-21)	Konten yang menarik dalam penyajian atau pengetahuan baru yang tidak terlalu sulit untuk dipahami.
		Asti	Konten menegnai tentang islam,,

	Febriani (18-Maret-21)		misalkan membahas tentang sejarah, peradaban, fiqih, maupun persoalan anak muda contoh konten tentang percintaan, karena kebanyakan mereka yang mulai berhijrah, selalu salah mengambil kesimpulan dari nikah muda. Bisa saja lebih fokus dahulu mengenai fiqih, adab, ilmu dan lainnya. Menuju nikah muda tidak semudah yang dibayangkan seperti pernikahan diluar sana. Harus mempersiapkan bekal, karena menikah bukanlah sekedar sama-sama mencintai, lalu menikah. Dan contoh konten lain yang diminati adalah tentang permasalahan fiqih, baik itu mulai dari bersuci, shalat, adab dan ilmu.
	Suwanda Fitra Rizky (08-Maret-21)		Yaitu “Minutes Booster” adalah konten berdurasi 1 sampai 5 menit yang diambil intisari atau point of view dari kajian berdurasi penuh saat komunitas Go Hijrah melaksanakan kajian.
2	Mengapa konten video lebih diminati dari pada konten lain?	Amirul Anwar	Tentunya selain memberi sajian visual juga memberikan audio yang dapat membuat penonton menjadi lebih mudah untuk

memahami konten video.

	Asti Febriani	Karena video lebih banyak visualnya, mulai dari gambar, suara, dan effect lainnya. Kemudian juga pesan yang disampaikan dengan adanya suatu emosi dan perasaan didalamnya membuat video tersebut tepat sasaran ke para penonton. Konten video juga lebih mudah untuk di share dan lebih enak di dengarkan berulang kali
	Suwanda Fitra Rizki	Karena video mempunyai unsur Audio & Visual, tentu lebih diminati oleh follower Go Hijrah agar lebih mudah dipahami juga dakwahnya.
3	Apa saja isi materi konten tersebut? Sebutkan salah satu lalu jelaskan	Amirul Anwar Salah satu yang paling diminati adalah minute booster. Dimana isi dari video itu adalah video potongan dari sebuah ceramah ustadz atau pemateri yang diambil intisari perbagiannya. Visual video bisa saja video asli dari ceramah ataupun potongan-potongan footage video lain yang tentunya berhubung dengan audio ceramah tersebut.
	Asti	konten video mulai dari

Febriani permasalahan yang ada saat ini. Misalkan tentang lupanya anak muda terhadap sejarah, juga mengenai fiqih yang banyak dipertanyakan, dan mengenai percintaan anak muda. Isi materi video salah satunya mengenai percintaan anak muda. Saat ini, banyak sekali berita mengenai nikah muda, sehingga tak jarang para pemuda yang baru hijrah menginginkan nikah muda. Nikah muda itu sebenarnya tidak salah, namun yang salah adalah tidak mau mempersiapkan menuju pernikahan yang sebenarnya. Karna menikah itu ibarat mengarungi sebuah kapal. Kita harus benar-benar siap dalam mengarunginya, dan harus punya bekal. Begitu juga dalam pernikahan, harus mempersiapkan bekal dulu seperti fiqih nikah, belajar mengendalikan emosi, dan belajar dalam memenuhi kebutuhan sehari hari

Suwanda Saya ambil 1 konten video yang
Fitra Rizky berjudul "Belajar Dari Masa lalu".
Konten tersebut menjelaskan
bahwa kita harus mengingat

sejarah-sejarah orang yang hidup di zaman Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam ﷺ dan para sahabat-sahabat yang telah berjuang untuk membesarkan agama Islam hingga sekarang. Dan mengingatkan kita bahwasanya jika kita belajar pada masa lalu di zaman Rasul dan para sahabat, maka niscaya kehidupan kita akan lebih baik lagi. Baik dalam urusan dunia maupun akhirat.

4	Bagaimana pengemasan Konten Go Hijrah?	Amirul Anwar	Pengemasannya adalah harus menarik dan update. Baik itu dari sisi desain dan tentunya isinya juga. Harus dikemas semenarik mungkin.
		Asti Febriani	Pengemasan konten, dibuat lebih menarik dan tidak membosankan. Karna beberapa video, bisa saja memiliki durasi yang panjang, seperti video ceramah, maupun kata-kata motivasi, agar lebih enak untuk ditonton. Pengemasannya juga dilakukan dengan memadukan antara motion graphic atau ilustrasi ke video dan juga mengambil beberapa video lainnya sebagai

insert untuk diletakkan dalam video tersebut.

		Suwanda Fitra Rizky	Kami membuat sekreatif mungkin dan menambahkan audio dan visual efek yang dapat menambah antusias penonton untuk menonton lagu dan membagikan video kami secara luas ke publik.
5	Berapa banyak unggahan konten video dalam jangka waktu satu bulan	Amirul Anwar	Kurang lebih 1 sampai dengan 4 video perbulan
		Asti Febriani	Sebulan bisa kurang lebih 5 konten video. Mulai dari video kegiatan, video ceramah, dan lainnya.
		Suwanda Fitra Rizky	Dalam 1 bulan go hijrah dapat mengunggah 1 sampai 2 video perbulannya.
6	Adakah umpan balik terhadap pesan yang disampaikan kepada khalayak (Followes) Go Hijrah	Amirul Anwar	Tentunya ada. Bisa saja seperti komentar yang positif, membagikan konten tersebut ke orang lain, mendapatkan kepercayaan terhadap akun go hijrah, ingin berkontribusi di beberapa kegiatan sosial atau dakwah, dan bisa saja memberikan donasi untuk

operasional dakwah go hijrah.

Asti Febriani	Ada. Ada berbahaya respon dari follower mengenai konten Go Hijrah. Membuat mereka lebih mengerti dan lebih memahami tentang Islam. Karna kebangkitan umat islam itu dimulai dari para pemuda yang mengerti bagaimana agamanya sendiri yang sudah mengatur disetiap langkah manusia. Dengan melihat konten di video dari Go Hijrah, followers ada yang ingin ikut berpartisipasi dalam gerakan dakwah ini. Sehingga mereka merasakan juga semangat dalam berdakwah karna Allah.
Suwanda Fitra Rizky	ada, sepenglihatan saya sejauh ini banyak followers Go Hijrah yang mendapatkan efek saat mengikuti akun sosial media Instagram Gohijrah. Mereka mendapatkan perubahan dari segi rohani seperti mau belahar menjadi pribadi yang lebih baik. Menyayangi kedua orang tua dan mencintai agama Islam, Allah, Rasul, sahabat-sahabat dan ulama-ulama di seluruh dunia.

7	Sebutkan siapa saja yang mengisi konten dakwah Go Hijrah	Amirul Anwar	Tentunya ustadz-ustadz, pemateri dari bidang lain, seperti penulis, dll
		Asti Febriani	Yang mengisi di konten Go Hijrah, Ustadz Syauqi Ahmad LC, Alfi Syahri Ramadhan, tim Go Hijrah itu sendiri dan juga Ustadz/Ustadzah yang lainnya
		Suwanda Fitra Rizky	go hijrah mempunyai banyak seorang pemateri di dalamnya yang cukup kompeten seperti. Ustadz Ahmad Syauqi seorang alumni mahasiswa al-Azhar Kairo, Mesir. Alfi Syahri Ramadhan seorang penulis pendatang baru di dunia literasi Indonesia dan mahasiswa di Mahad Abu Ubaidah bin al jarrah. Dan dari perempuan ada Asti Febriani seorang pembuat konten dakwah 2 dimensi atau sering kita sebut desain grafis bertemakan dakwah.
8	Apakah terdapat hubungan antara pemanfaatan instagram terhadap pemenuhan informasi dakwah islam	Amirul Anwar	Tentunya, sebab hampir semua remaja saat ini menggunakan instagram. Mereka menggunakan instagram sebagai salah satu media dalam mencari berbagai informasi, termasuk informasi

dikalangan remaja?

dakwah. Jadi pemanfaatan instagram sebagai media untuk pemenuhan informasi dakwah adalah sangat berhubungan terutama dikalangan remaja.

Asti Febriani	Ada. Karna instagram Go Hijrah memiliki 23 ribu followers dan mencakup di seluruh daerah Indonesia, membuat setiap kegiatan dan konten dapat terjangkau. Kontennya bisa diakses dimana saja, siapa saja, dalam waktu yang tak tertentu. Sehingga dari beberapa followers itu, mau ikutan membantu di setiap program Go Hijrah. Misalkan dalam pemenuhan donasi yang inginkan. Dan terkadang ada juga beberapa followers yang mau ikit serta dalam setiap kegiatan yang dilakukan Go Hijrah.
Suwanda Fitra Rizky	banyak sekali manfaatnya. Instagram sebagai aplikasi sosial media paling terpopuler di dunia bisa mempermudah go hijrah untuk menyebar luaskan dakwahnya. Mempermudah masyarakat untuk mencari informasi tentang go hijrah dan

memberikan wadah kepada masyarakat khususnya tentang pergerakan dakwah di Sumatera utara.

Tabel 4.3
Informan Remaja Medan

No	Pertanyaan	Nama	Jawaban
1	Apa alasan anda menggunakan Insagram	Aditya Prasetyo (14-Maret-21)	Instagram sebagai salah satu platform terbesar sosial media bagi saya merupakan hal yang penting untuk kehidupan digital sekarang, jadi alasan saya menggunakan instagram adalah sebagai ruang untuk berbagi dan mendapatkan segala jenis informasi, termasuk sumber informasi perihal agama, pengetahuan, update perkembangan hal-hal penting, dan sarana hiburan
		Fajar Pramudya (07-Maret-21)	Karna menurut saya, Instagram adalah salah satu media sosial yang mudah di gunakan, dan tingkat adiktif nya tidak sekuat media sosial lainnya, seperti tiktok contohnya
		Mahda Rafsanjani (07-Maret-	Sebagai wadah informasi dan hiburan

21)

	Rizky Wahyudi (07-Maret- 21)	Agar mendapat berbagai informasi berita terkini dari media sosial Instagram.
2	Apa manfaat instagram bagi anda	Aditya Prasetyo
	Fajar Pramudya	Seperti yang telah saya jelaskan di pertanyaan pertama, Instagram bagi saya pribadi sangat bermanfaat untuk mendapatkan informasi-informasi penting, pun bisa menjadi wadah sharing terhadap teman-teman yang jauh.
	Mahda Rafsanjani	di Instagram kita bisa berbagi informasi dalam bentuk foto atau video, dan juga kita bisa mendapatkan berbagai informasi sesuai dengan kebiasaan kita, misalnya kita sering mencari postingan yang membangunkan semangat beribadah, maka informasi yang muncul adalah postingan" dakwah, dan yang paling penting menurut saya di media sosial Instagram kita bisa berjualan dengan pemasaran yang lebih efektif.
		Pengetahuan semakin berkembang

	Rizky Wahyudi	sebagai sarana bersosialisasi, sehingga saya bisa memiliki lebih banyak teman dan instagram bisa digunakan untuk menebar kebaikan kepada orang banyak.
3	Informasi apa yang anda cari di Instagram?	Aditya Prasetyo
		Ilmu agama, ilmu pengetahuan, konten hiburan, ilmu literasi, olahraga, update politik Indonesia dan dunia, catatan sejarah.
	Fajar Pramudya	tentang materi" kuliah,bisnis, Hiburan, dan postingan pembangkit semangat ibadah.
	Mahda Rafsanjani	Random apa saja, yang terpenting positif.
	Rizky Wahyudi	berita terkini, poster dan video dakwah, berita-berita bola
4	Apaka kamu sering mengikuti konten dakwah di Instagram Go Hijrah?	Adiya Prasetyo
		Sangat sering, bahkan saya menjadi followers setianya, salah satunya adalah dengan mengaktifkan lonceng notifikasi.
	Fajar Pramudya	Iya selalu mengikuti konten dakwah Go Hijrah
	Mahda Rafsanjani	Iya sering
	Rizky Wahyudi	Iya

5	Konten seperti apa yang anda sukai di Instagram Go Hijrah?	Aditya Prasetyo	Konten video booster, konten video Share Happiness, quotes Agama, dll.
		Fajar Pramudya	One Minute Booster
		Mahda Rafsanjani	Konten dakwah yang dikemas secara millennial dan kaya akan ilmu ilmu keislaman di dalamnya
		Rizky Wahyudi	Poster dakwah dan Video Booster Kajian
6	Menurut anda apakah instagram bisa menjadi media dakwah? apa alasannya?	Aditya Prasetyo	Tentu saja bisa, karena Instagram merupakan salah satu platform media sosial terbesar. Banyak pengguna yang bisa menjadi target sasaran untuk menyebarkan dakwah, terkhusus anak-anak muda.
		Fajar Pramudya	ya, tentu saja bisa, karna media sosial sebesar Instagram terdapat Sangat banyak sekali pengguna, dan target dakwah di media sosial Instagram tentu sangat banyak, apalagi di kondisi seperti sekarang ini, dimana interaksi kehidupan sosial lebih banyak terdapat di dunia maya daripada di dunia nyata
		Mahda Rafsanjani	Bisa. Karena sejatinya sosial media (Instagram) wadah untuk

menyebarkan informasi. Apalagi, konten kajian atau dakwah, saya rasa bukan suatu kesalahan hal positif hadir di Instagram dan ke depannya ‘mungkin’ nanti yang menguasai Instagram adalah konten konten positif, salah satunya konten dakwah yang digaungkan Go Hijrah.

	Rizky Wahyudi	bisa karena lebih mudah diakses oleh banyak orang kapan pun dan dimana pun.
7	Konten Video Booster mana sukai di akun Go Hijrah? Sebutkan salah satu lalu jelaskan	Aditya Prasetyo
		Tentang pemuda dan peradaban yang dibawakan oleh ustadz Syauqi, mengapa saya menyukainya. Karena bagi saya pribadi, booster itu sangat relate dengan kehidupan anak muda sekarang. Bahwasanya memang, anak muda yang memegang peranan terhadap peradaban yang akan datang, anak muda yang kelak akan menentukan arah kehidupan ke depannya, maka kalimat-kalimat yang disampaikan ustadz Syauqi bisa menjadi motivasi sekaligus cambukan terhadap para pendengarnya.
	Fajar	One minutebooster dengan judul

Pramudya belajar dari masa lalu, oleh ust syauqi ahmed, karena di video tersebut bukan hanya ceramah nya yang membuat semangat, tetapi terdapat backsound yang sangat mendukung suasana yang diciptakan.

Mahda Rafsanjani Konten yang diposting pada tanggal 18 Mei 2020. Dimana konten tersebut mengingatkan bahwa, bulan Ramadhan akan berakhir namun kelalaian dan tidak maksimalnya beribadah seolah menjadi penyesalan. Konten tersebut mengingatkan agar jika masih dikesempatan hidup untuk beribadah maka beribadah dengan sebaik baiknya beribadah.

Konten Video Booster mana yang anda sukai di akun Go Hijrah? Sebutkan salah satu lalu jelaskan

Rizky Wahyudi Penantian terindah dari booster tersebut menjelaskan penantian atas yang doa-doa kita ada yang dikabulkan oleh Allah, ada yang disimpan untuk kebaikan di akhirat dan ada doa yang diganti oleh Allah menjadi lebih baik lagi, jadi dari intinya ini kita dapat simpulkan bahwa Allah tau yang terbaik untuk kita makanya booster ini sangat saya sukai.

<p>8 Konten Video Booster mana yang anda sukai di akun Go Hijrah? Sebutkan salah satu lalu jelaskan mengapa anda menyukainya</p>	<p>Aditya Presetyo</p>	<p>Tentang pemuda dan peradaban yang dibawakan oleh ustadz Syauqi, mengapa saya menyukainya. Karena bagi saya pribadi, booster itu sangat relate dengan kehidupan anak muda sekarang. Bahwasanya memang, anak muda yang memegang peranan terhadap peradaban yang akan datang, anak muda yang kelak akan menentukan arah kehidupan ke depannya, maka kalimat-kalimat yang disampaikan ustadz Syauqi bisa menjadi motivasi sekaligus cambukan terhadap para pendengarnya.</p>
<p>Apa pengaruh informasi dakwah di akun Instagram Go Hijrah terhadap diri anda?</p>	<p>Fajar Pramudya</p>	<p>mungkin ketika di Instagram tidak ada informasi dakwah dari Go Hijrah, maka isi informasi di Instagram saya akan penuh dengan informasi yang receh dan kurang berguna</p>
<p>Apa pengaruh informasi dakwah di akun Instagram Go Hijrah terhadap diri anda?</p>	<p>Mahda Rafsanjani</p>	<p>Sebagai salah satu penganut, silakan bersosial media tapi pastikan setelah beranjak sesaat dari sosial media ada hal positif yang di bawa. Dan Go Hijrah menjadi salah satu akun sosial media yang memberikan informasi</p>

			positif untuk saya
		Rizky Wahyudi	Dapat menjadikan diri saya jauh lebih baik lagi
9	Setelah anda mengkonsumsi pesan dakwah dari instagram. Apa dampaknya terhadap anda? Adakah perubahan perilaku/sikap terhadap anda? Atau apa yang anda rasakan?	Aditya Prasetyo	Setelah saya mendengarkan pesan dalwah yang ada di instagram, tentunya ada tamparan sendiri untuk menyadarkan saya, bahwasanya banyak kebaikan yang belum saya kerjakan dan ada keburukan yang juga belum saya tinggalkan, setelah mendengarkannya, ada motivasi untuk saya berubah menjadi lebih baik.
		Fajar Pramudya	Tentu ada, contoh nya dalam sikap saya ketika berinteraksi dengan keluarga, teman dan yang lebih tua, menjadi lebih terjaga dan lebih baik dari sebelumnya
		Mahda Rafsanjani	Biarpun tidak banyak, sedikit perubahan menjadi lebih baik ada dalam kehidupan. Tingkatan religious semakain membaik
		Rizky Wahyudi	Mengubah pola ibadah dan akhlak saya menjadi lebih baik dari pada sebelumnya.
10.	Apakah Instagram Go Hijrah bermanfaat bagi	Aditya Prasetyo	Ya sangat bermanfaat, karena yang kita tahu di instagram itu isinya

anda?

dunia semua, maka dari itu dengan adanya akun dakwah seperti Go Hijrah sangat membantu saya dalam mengingat kembali apa arti tujuan hidup, Yaitu Akhirat.

Fajar Pramudya ya sangat bermanfaat, karna dari Instagram Go Hijrah ini saya mendapatkan lingkaran pertemanan yang saling mensupport dalam kebaikan

Mahda Rafsanjani Sangat bermanfaat. Dari konten konten yang dipublish oleh akun Go Hijrah , biarpun sedikit perubahan ke hal positif yang saya alami. Namun grafik perubahannya dari hari ke hari terus naik, dari hal itu dapat ditarik kesimpulan bahwa “setiap kali melihat konten Go Hijrah, pasti ada satu kebaikan dari dalam diri yang kembali hidup”.

Rizky Wahyudi iya karena mengubah pola ibadah dan akhlak saya menjadi lebih baik dari pada sebelumnya.

4.4. Pembahasan

Pemanfaatan Instagram Go Hijrah dalam pengembangan Dakwah Islam di kalangan Remaja Medan

Dari hasil penelitian yang diteliti penulis pada bulan Maret 2020. Media sosial Instagram merupakan salah satu platform terbesar saat ini, dan terdapat sangat banyak sekali pengguna, target dakwah di media sosial Instagram tentu sangat banyak dan terkhusus anak muda lebih aktif di platform tersebut. apalagi kondisi seperti sekarang ini, dimana interaksi kehidupan sosial lebih banyak terdapat di dunia maya daripada di dunia nyata maka dari itu Go Hijrah flexibel dalam mensyi'arkan pesan-pesan islam dan mengambil peluang tersebut.

Namun terbukti lewat jawaban para narasumber -narasumber di dalam penelitian ini yang didominasi oleh Remaja medan sebagai objek sasaran dakwah bahwsanya mereka merasakan kebermanfaatanya dalam mengikuti instagram Go Hijrah yaitu dalam memahami Agama Islam. Dan melalui instagram mereka dapat mengakses konten Go Hijrah kapan saja, konten yang paling disukai para remaja ialah video minute booster, karena terdapat pesan yang singkat jelas dan padat yang menampar pendengar untuk berbuat kebaikan. Adapaun konten dakwah yang di publikasikan disetiap postingan Instagram Go Hijrah memberikan Insight kepada Remaja medan. dengan membagikan konten-konten positif maka terbentuklah karakter pemuda penerus Bangsa dan Agama.

Da'i Go Hijrah cukup leluasa dalam menggunakan instagram, sebab da'i go hijrah masih muda-muda berada pada kalangan kaum milenial yang terlahir pada proses pengembangan teknologi telepon menjadi Smartphone, melalui

instagram da'i berhasil mencapai target dakwahnya sebagaimana terbukti pada jawaban informan remaja medan. Da'I takhanya mampu menggunakan instgram melainkan pandai memakai fitur-fitur yang ada pada instagram untuk mensupport pesan dakwah yang ingin disampaikan seperti memakai fitur video 1 menit maupun ig tv, coment,like,story dan mengikuti perkembangan informasi pada menu news feed maupun akun lainnya.

Dan Admin sekaligus Pembuat konten juga merasa tebanu dengan adanya media sosial instagram, sebab mereka dapat menuangkan ide-ide kreatif mereka kedalam platform tersebut dengan konten. terbukti pada pesan dakwah yang diberikan oleh da'i dapat tersampaikan secara jelas dan tepat, kepada audiance/mad'u yaitu remaja medan, artinya Admin & Pembuat konten Go Hijrah dapat bekerjasama dalam menyampaikan stimulus pesan yang diberikan oleh da'i ketika lagi ceramah atau rekaman one minute booster setelah itu team media Go Hijrah memproses hasil rekaman tersebut melalui proses editing. dapat dilihat dari sejumlah postingan konten Go Hijrah banyak yang memberikan feedback seperti likes, komen positif, dan membagikan pesan dakwah kembali ke akun sosial media mereka pribadi dan ada juga yang berkontribusi dalam membantu pergerakan dakwah seperti mendonasikan harta mereka.

Instagram Go Hijrah bershasil dalam memanfaatkan instagram sebagai media dakwah yaitu dengan mengemas konten sedemikian rupa seperti, materi yang relate dengan permasalahan remaja sekarang disertakan dengan audio visual yang dapat mendukung pesan secara emosional. Dan instagram juga dapat membantu banyak orang dalam mempelajari Islam. karena instagram mudah di

akses dimana saja tanpa batasan ruang dan waktu, Dan Instagram Go Hijrah turut meramaikan algoritma di platform tersebut ,dengan menghadirkan konten-konten dakwah yang dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan pada remaja. seringkali remaja mengkonsumsi informasi positif maka akan mempengaruhi tingkah laku, dan tingkah laku akan mempengaruhi tindakan dan tindakan akan mempengaruhi sikap, sikap akan menghasilkan nilai ,seperti yang kita tahu bahwa anak muda adalah penerus estafet perjuangan bangsa ini, mereka juga sedang berada pada usia penuh semangat dan rasa ingin tahu yang cukup kuat, jadi mempelajari agama bisa menjadi panduan yang tepat bagi Remaja Medan dan Remaja pada umumnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kehadiran Go Hijrah di instagram dapat membantu anak-anak muda (Remaja Medan) dalam mempelajari Agama Islam, Instagram masih menjadi media sosial populer di Indonesia sebab mudah di akses tanpa batasan ruang dan waktu, dan Go Hijrah turut meramaikan algoritma pada platform tersebut, untuk menghadirkan pesan dakwah yang selama ini belum banyak tersampaikan pada remaja medan.

Go Hijrah berhasil memanfaatkan instagram sebagai media dakwah yaitu dengan menghadirkan konten one minute booster dimana konten tersebut mudah untuk dipahami. dengan pengemasan konten dibuat lebih menarik dan tidak membosankan seperti, materi yang relate dengan permasalahan remaja sekarang disertakan dengan memadukan antara visual efek, ilustrasi dan juga mengambil beberapa potongan video lainnya sebagai insert untuk diletakkan dalam konten tersebut .Dakwah pada masa kini haruslah flexibel, artinya menyesuaikan perkembangan pada masyarakat tersebut. Di era digital saat ini dakwah yang disebarkan melalui media sosial mendapat perhatian dari pengikut Go Hijrah yang berjumlah 23.300 di instagram. Dan feedback/interaksi yang dihasilkan ketika Go Hijrah memposting konten video booster para mad'u terlihat banyak yang menyukai dan berkomentar postif pada postingan tersebut. Secara keseluruhan dakwah di instagram merupakan dakwah milenial mampu

menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu mengarahkan pengguna untuk menimplementasikan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari.

Artinya Go Hijrah berhasil dalam menyampaikan pesan dakwah sesuai sekmen pasarnya yaitu anak muda, Go Hijrah juga menegaskan bahwa berdakwah melalui media instagram harus sesuai syariat Islam. Seringnya remaja mengkonsumsi informasi positif maka akan mempengaruhi tingkah laku, dan tingkah laku akan mempengaruhi tindakan dan tindakan akan mempengaruhi sikap, sikap menghasilkan nilai ,seperti yang kita tahu bahwa anak muda adalah penerus estafet perjuangan bangsa ini, mereka juga sedang berada pada usia penuh semangat dan rasa ingin tahu yang cukup kuat, jadi mempelajari agama bisa menjadi panduan yang tepat bagi kita semua.

5.2 Saran

Penelitian ini di harapkan akan menambah wawasan seputar dakwah di Intagram terhadap pembaca nantinya. Dan memanfaatkan Instagram sebagai alat informasi pengetahuan Islam yang dikemas secara kreatif,menarik dan sesuai syariat islam. sebagai muslim kita wajib mengetahui tentang agamanya dan jika sudah mengetahui sampaikan walaupun satu ayat, maka dari itu kita harus menjadikan agama panduan yang tepat dalam menjalani hidup.

Dan diharapkan remaja medan maupun remaja pada umumnya dapat melanjutkan estafet dalam memimpin bangsa ini dengan berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah yang tercerminkan pada akhlak /sikapnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta : Media kita
- Amin, Samsul Munir, 2009. *Ilmu dakwah*. Jakarta : Amzah.
- Badudu, JS. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*.
Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Departemen Agama R.I. 2012. *Kitab Al-Qur'an Al-Fatih dengan Alat Praga Tajwid*
Jakarta Timur : PT Insan Media Pustaka
- Faizah dan Muchin Effendi. 2006. *Psikologi Dakwah*.
Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Gunawan, Iman. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*
Jakar : PT Bumi Aksara
- Illahi Wahyu 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ma'arif, Bambang S 2012. *Komunikasi Dakwah*.
Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : Ekonisia
- M.Munir, 2015. *Menejemen Dakwah*. Jakarta : Prenada Media Group
- Murthado Ali 2019. *Media sosial dan pemberdayaan bagi para da'I dan organisasi keIslaman* Jakarta : Prenadamedia Group

Morissan, Morissan 2018. *Riset Kualitatif*. Jakarta : Prenamedia Grup.

Mulyana, Deddy 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung : Rosdakarya

M. Tata Taufik, 2013. *Dakwah di era digital: Seri Komunikasi Islam*,
Jawa Barat: Pustaka Al-Ikhlash

Nasrullah, Rulli 2017. *Media Sosial Persepektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* Bandung : Simbiosis Rekatama

Nurrudin. 2006 . *Komunikasi Massa*. Malang : Casper

Rakhmat. Jalaluddin 1999 . *Psikologi Agama*. Bandung : Mizan.

Rohmadi , Arif, 2006. *Tiga Produktif Ber-sosial Media*.
Jakarta : PT Elex Media Komputindo

Suhada Idad. 2017. *Ilmu Sosial Dasar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Sarddar, Ziauddin. (ED) 2000. *Merombak Pola Pikir Intelektual Muslim*
Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Yaqub Hamzah. 1992. *Politik Islam*. Bandung : Diponegoro.

Sumber Skripsi Jurnal & Internet:

Anwar Siddiq, 2017. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbak)*. Skripsi Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung.

Muhammad Hafidh 2018. *Pemanfaatan Instagram Terhadap Pemenuhan Informasi Islam di Kalangan Remaja Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala Medan*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial & Politik Universitas Sumatera Utara.

Suwanda Fitra Rizky, 2019. *Komunikasi Dakwah melalui Film Ketika Hati Ingin Hijrah di Channel Youtube*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial & Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Yossiena Dulli Deslima, 2018. *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung.

[.http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-media-dakwah.htm](http://www.binasyifa.com/109/15/26fungsi-media-dakwah.htm), diakses pada tanggal 05 February 2021

<https://brainly.co.id/tugas/19700938#:~:text=Mad'u%20yaitu%20manusia%20yang,kata%20lain%2C%20manusia%20secara%20keseluruhan>. diakses pada tanggal 05 February 2021

<http://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/#!/prettyPhoto>. Diakses pada 05 February 2021

<https://www.quora.com/Instagram-company>. Diakses pada 05 February 2021

<https://www.kompasiana.com/sucinta/552a71d2f17e61ad0ed623ce/indahnyamemaknai-stimulus>. Diakses pada tanggal 22 February 2021

<https://www.kompasiana.com/raden12/55188fb6a333117d07b66464/media-sosial-vs-media-massa#:~:text=Media%20sosial%20pada%20zaman%20sekarang,informasi%20dalam%20menyampaikan%20beragam%20peristiwa.&text=Sedangkan%20media%20massa%20hanya%20sebatas,ditengah%2Dtengah%20masyarakat%20secara%20luas>. Diakses pada 25 February 2021.

LAMPIRAN



Key Informan
Founder Go Hijrah & Ustadz



Key Informan



(Admin & Pembuat Konten)

Informan (Remaja Medan)

Instagram Go Hijrah



Konten Go Hijrah

Akun Go Hijrah





Komplikasi kegiatan Go Hijrah
Share Happiness (sosial)
Kajian di Masjid dan di Creative Space

PEDOMAN WAWANCARA

Judul : Pemanfaatan Instagram “Go Hijrah” dalam Pengembangan Dakwah Islam di kalangan Remaja Medan
Nama Peneliti : Rizki Adam Siregar
Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Tempat : Sekertariat Go Hijrah
Waktu Wawancara :

1. Identitas Informan :

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Agama :
- d. Usia :
- e. Pendidikan :
- f. Profesi :

2. Daftar Pertanyaan :

Informan Go Hijrah (Founder Go Hijrah dan Da’i)

1. Mengapa Media sosial Instagram menjadi pilihan sebagai sarana Dakwah?
2. Bagaimana cara memanfaatkan Instagram sebagai media Dakwah?
3. Bagaimana pandangan (Da’i) Go Hijrah mengenai realitas Remaja Medan sekarang?
4. Apakah berdakwah melalui Instagram dapat mempengaruhi Tindakan dan sikap? (Terhusus Remaja)
5. Kenapa penting berdakwah dikalangan remaja?
6. Adakah umpan balik/respon terhadap pesan yang disampaikan kepada khalayak/followers Go Hijrah?
7. Apa tujuan Go Hijrah berdakwah melalui Instagram?
8. Apakah terdapat hubungan antara pemanfaatan Instagram terhadap pemenuhan informasi dakwah islam di kalangan remaja?

Informan Go Hijrah (Admin & Pembuat Konten Go Hijrah)

1. Konten seperti apa yang disukai oleh Followers Go Hijrah?

2. Mengapa konten video lebih diminati dari pada konten lain?
3. Apa saja isi materi konten video tersebut? Sebutkan salah satu lalu jelaskan
4. Bagaimana pengemasan Konten Go Hijrah?
5. Berapa banyak unggahan konten video dalam jangka waktu satu bulan?
6. Adakah umpan balik terhadap pesan yang disampaikan kepada khalayak (followers) Go Hijrah?
7. Sebutkan siapa saja yang mengisi konten dakwah Go Hijrah?
8. Apakah terdapat hubungan antara pemanfaatan Instagram terhadap pemenuhan informasi dakwah islam di kalangan remaja?

Informan Remaja Medan

1. Apa alasan anda menggunakan Instagram ?
2. Apa manfaat Instagram bagi anda ?
3. Informasi apa yang anda cari di Instagram ?
4. Apakah kamu sering mengikuti konten dakwah di instagram Go Hijrah?
5. Konten seperti apa yang anda sukai di Instagram Go Hijrah?
6. Menurut anda apakah Instagram bisa menjadi media dakwah? Apa alasannya?
7. Apakah anda mengikuti konten yang dibuat oleh Go Hijrah?
8. Apa pengaruh informasi dakwah di akun Instagram Go Hijrah terhadap diri anda?
9. Setelah anda mengkonsumsi pesan dakwah dari instagram. Apa dampaknya terhadap anda? Adakah perubahan perilaku/sikap terhadap anda? Atau apa yang anda rasakan?
10. Apakah instagram Go hijrah bermanfaat bagi anda? Berikan Alasannya.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Rizki Adam Siregar
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 07 September 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. Air Bersih Gg Relat No 34
Anak ke : 7 (Tujuh) dari 7 (Tujuh) Bersaudara



Nama Orang Tua

Ayah : Alm. Syahrul Husni Siregar
Pekerjaan : -
Ibu : Ratniati
Pekerjaan : -
Alamat : Jln. Air Bersih Gg Relat No 34

Pendidikan Formal

2005 – 2011 : SD Muhammadiyah 10
2011 – 2014 : SMP Swasta Eria
2014 – 2017 : SMA Harapan Mandiri
2017 – 2021 : S1 Ilmu Komunikasi



Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 301/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2021
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa**

Medan, 21 Rajab 1442H
05 Maret 2021 M

Kepada Yth : **Founder Go Hijrah**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **RIZKI ADAM SIREGAR**
N P M : 1703110149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2020/2021
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN INSTAGRAM GO HIJRAH DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI KALANGAN REMAJA MEDAN**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dekan



Dr. ARIFFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Cc : File.

No Surat : 39/GH.01/PT/2020
Perihal : Balasan Permohonan Ijin Penelitian

Kepada
Yth. Prodi Ilmu Komunikasi
Fisip UMSU

Assalamu 'alaikum warahmatullah wabaarakatuh,

Menanggapi surat surat penelitian 301/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 tanggal 05 Maret 2021 perihal permohonan ijin penelitian, pada mahasiswa :

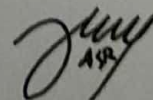
Nama : Rizki Adam Siregar
Npm : 1703110149
Judul Skripsi : PEMANFAATAN INSTAGRAM *GO HIJRAH* DALAM
PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI KALANGAN REMAJA
MEDAN

Dengan ini diberitahukan pada FISIP UMSU bahwa kami tidak keberatan dengan permohonan yang dimaksud. Untuk pelaksanaan selanjutnya mahasiswa dapat melakukan penelitian di sekertariat kami.

Demikian surat balasan dari kami.

Wassalamu 'alaikum warahmatullah wabaarakatuh.

Medan, 21 Maret 2021
Founder Go Hijrah



Alfi Syahri Ramadhan



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

041.177.311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : http://www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan
FISIP UMSU
di
Medan.

Ilmu Komunikasi

Medan, 12 - Januari 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Rizki Adam Siregar
N P M : 1703110149
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Broadcasting)
Tabungan sks : 129 sks, IP Kumulatif 3.38

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Pemanfaatan Instagram "Go Hijrah" dalam Pengembangan Dakwah Islam di kalangan Remaja Medan	13/01-2021
2	Representasi kepemimpinan Al-fatih dalam film Feth 1453	
3	Komunikasi Guru dan siswa di sd Al-wasitah.og di masa Covid	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

Medan, tgl. 12 Januari 2021

Ketua,

(.....)
Nurhasanah Nasution S.Sos.M.I.kom

*) dilampirkan setelah judul ditandatanganinya oleh Ketua Jurusan.

Adam

(.....)

PB: RIBUT PRADI



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING
Nomor : 63/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **13 Januari 2021** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **RIZKI ADAM SIREGAR**
N P M : 1703110149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun 2020/2021
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN INSTAGRAM GO HIJRAH DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI KALANGAN REMAJA MEDAN**

Pembimbing : **Dr. RIBUT PRIBADI, S.Sos., M.I.Kom**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor Nomor 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 041.17.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 13 Januari 2022.



Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 01 Djumadil Akhir 1442 H
14 Januari 2021 M



Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jaian Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Zhaguf, Cerdas & Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 10 - Februari 2021.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikim wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Rizki ADAM SIREGAR
 N P M : 1703110149
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 63./SK/II.3/UMSU-03/F/20.21. tanggal 19 - Januari - 2021 dengan judul sebagai berikut :

PEMANFAATAN INSTAGRAM "GO HIJRAH" DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI KALANGAN REMAJA MEDAN

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :
 Pembimbing

Pemohon,

(.....)
 DR. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom

(.....)
 Adam

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 159/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021




Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Sabtu, 13 Februari 2021
 Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Ruang 207-CFISIP UMSU
 Pembina : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.
 Penimpin Seminar :

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
16	RIAN ABDUL AZIS	1603110196	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	MARKETING KOMUNIKASI BANK SYARIAH MAUDIRI CABANG BINJAI UNTUK MENARIK MINAT NASABAH
17	NAZLA IRWANI	1703110099	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	Hj. ASMAWITA AM, Lc., MA	KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ANTARA ORANG TUA DAN ANAK DALAM MENERAPKAN PERILAKU 3M PADA MASA PANDEMI COVID 19
18	EPIKA HIDAYAH	1703110081	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Hj. ASMAWITA AM, Lc., MA	EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL PINTEREST TERHADAP PENGETAHUAN MAHASISWA TATA BUSANA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
19	DHIYAZ DANU PRAYOGA	1603110164	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP JASA TRANSPORTASI UDARA TERKAIT JATUHNYA PESAWAT SRIWILAJYA AIR SJ-182
20	RIZKI ADAM SIREGAR	1703110149	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN INSTAGRAM GO HURAH DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI KALANGAN REMAJA MEDAN

Medan, 29 Diumadil Akhir 1442 H

11 Februari 2021 M


 De'Arifin Saib, S.Sos.,MSP.



UMSU

Unggul! Cerdas! Terpersepsi

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : **RIZKI ADAM SIRBAGAR**
N P M : **1703110149**
Jurusan : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Instagram Go Hyrah dalam Pengembangan Dakwah Islam di kalangan Remaja Medan**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1)	14-Jan-2021	Pengertian dalam menulis skripsi bab I. Bab II. Bab III	
2	29-Jan-2021	Bimbingan proposal - Realitas Media Sosial - Realitas Remaja Medan - New Media - Pemanfaatan Fitur oleh Go Hyrah	
03	09-feb-2021	Acc proposal	
04	23-Feb-2021	Penambahan Teori pada bab 2	
05	26-feb-2021	Draft pertanyaan / wawancara Penelitian	
06	05-march-2021	Mengjabarkan Definisi konsep Indikator	
07	24-march-2021	Acc Draft pertanyaan	
08	30-march-2021	Bimbingan Bab IV & Bab V (Revisi kesimpulan)	

Medan, 05 - April 2021...

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing

(.....)
Dr. Arifin Saleh, S.Sos., Msp

(.....)
Nurhasanah Rusution
S.Sos., M.I.Kom

(.....)
Dr. Rizki Priadi, S.Sos., M.I.Kom



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

SK-6

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 30 April 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : RIZKI ADAM SIREGAR
N P M : 1703110149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat rumah : Jl. Air Berah Gg. Bela No 34
Telp : 0821-6078-6964

dengan ini mengajukan permohonan mengikuti Ujian Skripsi. Bersama ini Saya lampirkan persyaratan:

1. Transkrip Nilai Kumulatif dari Dekan, rangkap 2;
2. Tanda Bukti Lunas SPP tahap berjalan, rangkap 2;
3. Tanda Bukti Lunas Biaya Ujian Skripsi, rangkap 2;
4. Foto Copy Ijazah Terakhir Dilegalisir, rangkap 3;
5. Konvensi Nilai (bagi Mahasiswa pindahan), rangkap 2;
6. Surat Keterangan Bebas Pinjaman Buku dari Perpustakaan UMSU, rangkap 2;
7. Foto Copy Cover Skripsi, rangkap 2;
8. Foto Copy Surat Penetapan Pembimbing (SK-2), rangkap 2;
9. Foto Copy Kartu Hasil Studi, rangkap 2; dan Melampirkan yang Aslinya.
10. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian KOMPRI, rangkap 3 + lampir Aslinya.
11. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompetensi PUSKIIBI, rangkap 3 + lampir Aslinya.
12. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompetensi TOEFL, rangkap 3 + lampir Aslinya.
13. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompetensi PROGRAM STUDI, rangkap 3 + lampir Aslinya.
14. Permohonan Ujian Skripsi, rangkap 2;
15. Pas Photo Terbaru Hitam Putih Ukuran 3 x 4 cm = 5 lembar dan 4 x 6 = 8 lembar
16. Skripsi yang telah Disahkan lengkap diperbanyak = 3 eksemplar dan dijilid.
17. Fotocopy KTP yang diperbesar 2 x lipat = 1 lembar
18. Fotocopy Kartu Keluarga (KK) = 1 lembar
19. Map Warna Biru = 2 buah

Demikianlah permohonan Saya, untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak Saya ucapkan terima kasih, *Wassalam.*

Pemohon,

(RIZKI ADAM SIREGAR)

Medan, 30 April 2021

Disetujui oleh ;

Medan,20.....

Dekan,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)

a.n.Rektor,
Wakil Rektor - I

(Dr. Muhammad Arifin, SH.,M.Hum)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

SK-7

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohiem.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

Nama lengkap : RIZKI ADAM SIREGAR
Tempat, tgl. lahir : MEDAN . 7 SEPTEMBER 1999
Agama : Islam/Kristen/Katolik/Hindu/Budha*
Status Perkawinan : Kawin/Belum Kawin/Duda/Janda*
N P M : 1703110149
Alamat Rumah : Jl. Air Bersih Gg. Rela No. 34
..... Telp/HP. 0821-6078-6964
Pekerjaan/Instansi : —
Alamat Kantor :
..... Telp/HP.

melalui surat permohonan tertanggal 30 - April telah mengajukan permohonan menempuh Ujian Skripsi. Untuk ujian skripsi yang akan saya tempuh, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Bahwa saya dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
2. Bahwa saya siap secara optimal dan berada dalam kondisi baik untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dari Penguji.
3. Bahwa saya bersedia menerima keputusan yang ditetapkan oleh Panitia Penguji Skripsi dengan ikhlas tanpa mengadakan gugatan apapun juga.
4. Saya menyadari bahwa keputusan Panitia Penguji ini bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran tanpa paksaan atau tekanan dalam bentuk apa pun dan dari siapa pun, untuk dipergunakan bilamana dipandang perlu. Semoga Allah SWT. meridhoi saya. Amien.-

Saya yang menyatakan,



RIZKI ADAM SIREGAR



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

SK-8



BORANG DATA ALUMNI

I. DATA PRIBADI	
NAMA LENGKAP	RIZKI ADAM SIREGAR L/P*
TEMPAT DAN TGL. LAHIR	MEDAN . 7-SEPTEMBER - 1999
AGAMA	ISLAM
SUKU BANGSA	INDONESIA
II. KEMAHASISWAAN	
TAHUN MASUK UMSU	2017
N P M	1703110149
JURUSAN	ILMU KOMUNIKASI
ASAL SEKOLAH	HATAPAN MANDIRI MEDAN
ALAMAT SEKOLAH	Jl. Brigjen Zen Hamid no 40
MENDAPAT BEASISWA (Selama di UMSU)	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
III. KETERANGAN PENYELESAIAN STUDI	
JADWAL UJIAN SKRIPSI	HARI TANGGAL
NILAI/IPK/PREDIKAT	NILAI : IPK : PREDIKAT :
JUDUL SKRIPSI	
IV. KETERANGAN KELUARGA	
STATUS SIPIL	KAWIN /BELUM KAWIN/JANDA/DUDA*
NAMA SUAMI/ISTRI*	RATNIATI WAFAT TAHUN
PEKERJAAN TERAKHIR	IBU RUMAH TANGGA
JUMLAH ANAK KANDUNG	PRIA ...7...ORANG, WANITA ORANG = ...7...ORANG
ALAMAT RUMAH & KODE POS	Jl. Air Bersih Gg Rela NO 34 (20213)
TELEPON/HP	0821-6078-6964
NAMA AYAH	Syahrul Husni Siregar (Almarhum)
NAMA IBU	RATNIATI
PEKERJAAN ORANG TUA	IBU Rumah Tangga
ALAMAT RUMAH & KODE POS	Jl. Air Bersih Gg Rela No 34 (20213)
TELEPON/HP	0813-6033-2753
V. KETERANGAN PEKERJAAN	
PEKERJAAN	
JABATAN DI INSTANSI	
NAMA INSTANSI	
ALAMAT INSTANSI	
TELEPON/FAX INSTANSI	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGGLAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 570/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 04 Mei 2021
 Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	MUHAMMAD DIAZ FAHREZY	4603110104	Dr. RUDIANTO, M.SI	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. YAN HENDRA, M.SI.	PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN VIRUS CORONA DI MEDIA SOSIAL WHATSAPP TERHADAP KECEMASAN IBU RUMAH TANGGA DI DESA KOTA GALUH PERBAUNGAN KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
7	HAFIZ FAZRULLAH AHSANI	1703110023	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	PROSES BRANDING KALLIA COFFEE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS
8	RIZKI ADAM SIREGAR	4703110149	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	PEMANFAATAN INSTAGRAM GO HUBRAH DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH ISLAM DI KALANGAN REMAJA MEDAN
9	CINDI AULLA	1703110100	Dr. YAN HENDRA, M.SI.	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA BELAJAR ZOOM TERHADAP PEMAHAMAN MAHASISWA STE BINA KARYA TEBING TINGGI
10	CHAIRUNNISA IVANKA	1703110069	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	KOMUNIKASI INTERPERSONAL PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA KERJA PEGAWAI PT. PLN (PERSERO) UIP3BS UPT MEDAN

Nowilis Sidang :

Ditandatangani oleh :


 Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Medan, 18 Ramadhan 1442 H

30 April 2021 M

Panitia Ujian



Sekretaris


 Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.