

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN
PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN
MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT**

Oleh:

**ANNISA KUSUMAWATI
NPM. 1803062017**



**Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD)**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1444 H / 2022 M**

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN
PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN
MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT**

Skripsi

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

Oleh:

ANNISA KUSUMAWATI
NPM. 1803062017

Pembimbing: Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag., M.Sos.I

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1444 H / 2022 M



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725). Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metro.univ.ac.id, e-mail: fuad.iaim@metro.univ.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Hal : Pengajuan Permohonan Sidang Munaqosyah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka Skripsi yang telah di susun oleh :

Nama mahasiswa : Annisa Kusumawati
Npm : 1803062017
Fakultas : Ushuluddin Adab Dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Yang berjudul : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM
MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA
MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI
KECAMATAN METRO BARAT


Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas penerimaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wasalamualaikum Warahmtuilahi Wabarakatuh.

Mengetahui
Ketua Jurusan KPI,

Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Metro, 9 Desember 2022
Pembimbing,


Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725); Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.ain@metrouniv.ac.id

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM
MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA
MASYARAKAT KELURAHAN MUYOJATI
KECAMATAN METRO BARAT
Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ushuluddin,
Adab dan Dakwah Institut Agama Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 9 Desember 2022

Pembimbing,

Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725); Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nomor: 1727 /In.28.4 / 0 / PP.00.9 / 12 / 2022

Skripsi dengan Judul : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT, disusun oleh : ANNISA KUSUMAWATI, NPM 1803062017, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas: Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada Hari/Tanggal : Rabu/21 Desember 2022 di Ruang Sidang Munaqosyah FUAD.

TIM PEMBAHAS:

Ketua Sidang : Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag., M.Sos.I

Penguji I : Dr. Khoirurrijal, MA

Penguji II : Akhmad Syahid, M.Kom.I

Sekretaris : Qois Azizah Bin Has, M.Ag



Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. H. Akla, M.Pd

10082 0000 32005

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT

ABSTRAK
ANNISA KUSUMAWATI
NPM: 1803062017

Media sosial merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang sedang berkembang dengan pesat. Seperti *Instagram* dan *WhatsApp* yang saat ini banyak dimiliki oleh masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja. Mereka menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk komunikasi, untuk mencari dan mendapatkan informasi dan juga untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas media sosial dalam menyampaikan pesan dakwah pada masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah (*Fieldresearch*) dan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Kemudian teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini bersifat kualitatif yakni mengumpulkan data menelaah seluruh data hasil wawancara, pengamatan dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto. Lalu melakukan reduksi data kemudian melakukan abstrak.

Macam-macam efek dari hasil penelitian dalam proses penyampaian pesan dakwah yakni, Pertama Efek Kognitif, pesan dakwah yang disebarkan atau disampaikan melalui *Instagram* dan *WhatsApp* dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat. Kedua Efek Afektif, yakni hanya beberapa masyarakat yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga Efek Behavioral yakni hanya sebagian kecil dari masyarakat yang setelah mengamati isi pesan dakwah kemudian menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari hingga mengamalkan ke lainnya.

Penyampaian pesan dakwah melalui media sosial pada masyarakat Kelurahan Mulyojati kurang efektif. Karena dari ketiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah hanya efek kognitif yang banyak dilakukan oleh masyarakat khususnya para remaja. Kebanyakan dari masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mencari dan menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan pesan dakwah Islam. Mereka mendapatkan banyak wawasan dan pengetahuan yang luas. Namun tidak semua dari mereka yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi ada sebagian juga yang menerapkannya walaupun tidak dilakukan setiap hari namun mereka selalu berusaha untuk melaksanakannya.

Kata Kunci: Efektivitas, Media Sosial, dan Pesan Dakwah

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian penulis kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 12 Desember 2022
Yang Menyatakan,



Annisa Kusumawati
NPM. 1803062017

MOTTO

(وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ۝۱۰۴) (آل عمران/ ۱۰۴ : ۳)

Artinya: “ Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar. Merekalah orang-orang yang beruntung”. (QS Al-Imran : 104)

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak Drs. Joko Priyono dan Ibu Tuti Mulyani tercinta yang telah memberikan kasih sayang, keduanya tanpa kenal lelah mendo'akan, memberikan perhatian, motivasi dan dukungan apapun demi keberhasilan penulis.
2. Kakakku tersayang (Muhammad Shidiq Nurcahyo), adikku tersayang (Adi Nugroho), Mba Atina Su'ada, Adik Fathan serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungan selama ini.
3. Untuk sahabat-sahabatku (Adel, pina, tutik, nando) serta teman seperjuangan (Mulya Pristiwati, Desi Rahmanda, Widiana, Dian Mukhlisa, Dina Bella Permata Sari). Penulis mengucapkan terimakasih untuk para sahabat yang turut hadir dalam perjalanan pendidikan, membantu dan memberikan semangat untuk penulis.
4. Teman-Teman seperjuangan angkatan 18 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang sudah berjuang bersama-sama untuk menempuh pendidikan di IAIN Metro.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat sehat, petunjuk, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat”. Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Metro hingga mendapat gelar S.Sos.

Dalam upaya menyelesaikan skripsi ini penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Hj. Siti Nurjannah, M.Ag., Rektor IAIN Metro, Ibu Dr. Hj. Akla, M.Pd., Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Ibu Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag., M.Sos.I sebagai Ketua Jurusan sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan seluruh prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi ilmu pengetahuan di bidang dakwah dan komunikasi penyiaran Islam.

Metro, 12 Desember 2022
Penulis



Annisa Kusumawati
NPM. 1803062017

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Penelitian Relevan	5
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Media Sosial	9
1. Pengertian Media Sosial	9
2. Karakteristik Media Sosial	10
3. Jenis-jenis Media Sosial	12
4. Efektivitas Media Sosial	16
B. Pesan Dakwah	18
1. Pengertian Pesan Dakwah	18
2. Bentuk-bentuk Pesan Dakwah	20

3. Tujuan Pesan Dakwah	21
4. Karakteristik Pesan Dakwah	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis dan Sifat Penelitian	24
B. Sumber Data	25
C. Teknik Pengumpulan Data	26
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	27
E. Teknik Analisa Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Gambaran Umum Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat	30
B. Penggunaan Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.....	41
1. Penggunaan Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah	41
2. Kekurangan dan Kelebihan Media Sosial Sebagai Media dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati	45
C. Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat	48
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	55
B. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1	Jumlah Penduduk Kelurahan Mulyojati	31
Tabel 2	Jumlah Penduduk Menurut Agama	31
Tabel 3	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur	32
Tabel 4	Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	32
Tabel 5	Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian	33
Tabel 6	Jumlah Penduduk Menurut Suku Bangsa	34
Tabel 7	Bidang Keagamaan Kelurahan Mulyojati	36
Tabel 8	Bidang Organisasi Sosial	36
Tabel 9	Jumlah Sekolah di Kelurahan Mulyojati	36
Tabel 10	Tempat Peribadatan Kelurahan Mulyojati	37
Tabel 11	Tempat Kesehatan Kelurahan Mulyojati	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 SK Penunjukkan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 Surat Tugas
- Lampiran 3 Izin Research
- Lampiran 4 Surat Balasan Izin Research
- Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Pustaka
- Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turmitin
- Lampiran 7 Outline
- Lampiran 8 Alat Pengumpul Data
- Lampiran 9 Formulir Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 10 Foto Dokumentasi
- Lampiran 11 Dokumentasi Screenshot
- Lampiran 12 Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da' a-yad'u-da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah SWT, Para Nabi dan Rasul serta orang-orang yang beriman dan beramal shaleh.¹

Keberadaan dakwah sangatlah penting dalam islam. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya. Berdakwah bisa dimulai dari diri kita sendiri, dari hal yang kecil merambah ke hal-hal yang ada disekitar kita seperti keluarga, saudara, atau teman tanpa bersifat menggurui.

Sebagaimana firman Allah:

(اُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۙ)
(النحل/١٢٥:١٦)

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran 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 An-Nahl(16): 125)²

¹ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), 2

² QS. An-Nahl (16): 125

Kegiatan dakwah pada masa kini tidak hanya dapat dilakukan melalui mimbar-mimbar tempat ibadah atau lembaga-lembaga keagamaan, seperti ceramah dan pengajian yang masih menggunakan media komunikasi secara langsung. Pada masa kini, dalam menghadapi era globalisasi dan perkembangan teknologi dunia dihadapkan dengan cepatnya perkembangan arus informasi. Pemanfaatan alat-alat teknologi sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat sepertinya tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan-pesan dakwah.

Perkembangan teknologi menyebabkan adanya perubahan perilaku dan gaya hidup manusia. Salah satu pengaruhnya adalah memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi melalui *gadget* sebagai salah satu kemajuan teknologi. Maka terdapat suatu potensi dakwah yang dapat dilakukan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah tanpa harus melakukan pertemuan antara juru dakwah dan masyarakat. Perkembangan dakwah memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi dengan mengharapkan dakwah mudah diterima dan dijangkau oleh masyarakat agar dakwah tidak terkesan ketinggalan zaman.

Salah satu media dakwah yang sering digunakan adalah media sosial. Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat dalam perkembangannya. Media sosial dapat menyampaikan pesan dakwah kepada jutaan orang diseluruh dunia secara luas dan cepat dengan efisien selama masih terhubung dengan jejaring.

Penggunaan media sosial yang sesuai dengan perkembangan harus dimanfaatkan supaya dakwah Islam lebih mengena ke sasaran dakwah. Media yang bisa digunakan untuk berdakwah bermacam-macam, media visual yaitu media yang hanya menggunakan foto, gambar atau tulisan yang hanya bisa dilihat, media audio yaitu media yang dioperasikan dan di tangkap melalui indra pendengaran, serta media audio visual yaitu media penyampaian informasi yang dapat menampilkan gambar (visual) dan suara (audio) secara bersamaan.

Kecamatan Metro Barat memiliki 4 Kelurahan, salah satu diantaranya yakni kelurahan Mulyojati. Kelurahan Mulyojati memiliki luas wilayah ± 295 Ha yang terbagi mulai dari permukiman umum, bangunan umum, sawah dan juga ladang. Jumlah kepala keluarga di kelurahan Mulyojati sebanyak 2.425 KK dengan jumlah RW 6 dan RT sebanyak 27. Karena wilayah Kelurahan Mulyojati yang cukup luas maka penelitian ini di lakukan hanya di 2 RW yakni RW 05 dan RW 06. Peneliti mengambil 2 jenis media sosial yang digunakan yaitu *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah.

Menurut pengamatan berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis di Kelurahan Mulyojati, banyak di antara masyarakat khususnya para remaja yang memiliki akun media sosial termasuk *Instagram* dan *WhatsApp*. Mereka menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk komunikasi, mencari pengetahuan, mendapatkan informasi dan juga untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penulis juga

memfokuskan pada status atau *stories* yang dikirim di media sosial berupa tulisan, gambar atau video tentang pesan dakwah.

Melihat dari permasalahan diatas karena banyak masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja yang menggunakan media sosial untuk berbagai macam kegiatan termasuk untuk menyebarkan ataupun menyampaikan pesan dakwah. Maka oleh sebab itu peneliti tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

B. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan keislaman dan pengetahuan terutama pada pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial di era digital.

b. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan informasi dan rujukan bagi peneliti selanjutnya, yang akan mendeskripsikan lebih dalam tentang Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah.

D. Penelitian Relevan

Selain mengambil sumber dari buku-buku yang relevan, penulis juga menjadikan penelitian terdahulu sebagai acuan dalam penulisan penelitian ini agar menghindari terjadinya kesamaan atau plagiasi. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang penulis temukan yang memiliki kemiripan dalam pembahasan yaitu:

1. Skripsi dari Nanda Setiawan, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, yang berjudul “Pemanfaatan Media Facebook Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2014)”. Pemasalahan tersebut difokuskan pada status yang dikirim difacebook berupa tulisan, gambar atau audio tentang pesan dakwah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian yaitu bagaimana pemanfaatan media facebook dalam

menyampaikan pesan dakwah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lebih banyak mahasiswa KPI angkatan 2014 yang rutin membuat dan menyebarkan pesan dakwah di media facebook, lalu sisanya hanya sesekali saja.³

Persamaan dari judul di atas dengan penelitian ini adalah sama-sama memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial dalam menyampaikan atau mendapatkan pesan dakwah. Dan Perbedaan pada penelitian diatas meneliti pemanfaatan media facebook untuk mendapatkan atau menyebarkan pesan dakwah pada mahasiswa KPI angkatan 2014. Sedangkan yang akan peneliti teliti Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

2. Skripsi dari Khairul Aminallah, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang berjudul Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alasantri).

Penelitian ini difokuskan pada strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh akun istagram @komik.alasantri.⁴ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu menggambarkan semua data kemudian di analisis dan disajikan berupa kata-kata.

³ Nanda Setiawan, *“Pemanfaatan Media Facebook Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah. “Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2014”*. (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018)

⁴ Khairul Aminallah, *“Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah. “Strategi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alasantri”*. (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021)

Persamaan dari judul diatas dengan penelitian ini adalah menggunakan media sosial sebagai media perantara dalam menyampaikan pesan dakwah. Sedangkan perbedaan yang akan peneliti teliti adalah Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

3. Skripsi dari Yola Novitalia, mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2020 yang berjudul, “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Remaja Di Desa Benteng Utara Kecamatan Sungai Batang Kabupaten Indra Giri Hilir Provinsi Riau”.⁵ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, artinya penelitian yang semata-mata melukiskan keadaan suatu objek menurut apa adanya.

Persamaan dari penelitian di atas dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti media sosial sebagai media yang digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan. Dan perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti di atas meneliti tentang Apa Saja Kelebihan, Kelemahan dan Dampak Positif, Negatif media sosial serta Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Remaja di Desa Benteng Utara, Kecamatan Sungai Batang, Kabupaten Indra Gili Hilir, Provinsi Riau. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu

⁵ Yola Novitalia, “*Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Remaja Di Desa Benteng Utara Kecamatan Sungai Batang Kabupaten Indra Giri Hilir Provinsi Riau*”. (Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020)

bagaimana Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

4. Skripsi dari Desi Anggraini Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2019 dengan judul “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom)”. Permasalahan tersebut difokuskan pada Apa pesan dakwah yang terdapat pada akun instagram @islamdakwahcom.⁶ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif.

Persamaan dari judul di atas dengan penelitian ini adalah memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengetahui keberhasilan dan mengetahui isi pesan dakwah. Sedangkan perbedaan yang akan peneliti teliti adalah Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

⁶ Desi Anggraini, “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom)”. (Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan,2019)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.¹

Media sosial merupakan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang dulu dilakukan hanya melalui tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, kini berubah dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi ini, khususnya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi ditingkat individu, organisasi, dan kelembagaan.²

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era modern ini berkembang sangat pesat, hal ini menunjukkan bahwa industri media kan terus berlomba dan berinovasi untuk mempermudah akses manusia dalam mencari informasi. Untuk itu manusia harus berhati-hati dalam menggunakan kemajuan teknologi informasi ini.

Teknologi informasi dan komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai tempat pertukaran informasi yang bersifat edukasi maupun

¹ Rahmanita G. Agus Yulistiyono., *“Etika Komunikasi Dalam Media Sosial”*, (Cirebon: Insania, 2021), 20

² Nurudin, *“Media Sosial Baru dan Munculnya Proses Komunikasi,”* Jurnal Komunikator, Vol.5, 2010

informasi berita secara online. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif dan yang mendukung adanya interaksi sosial. Dengan media sosial pengguna dapat melakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audiovisual.

Munculnya media sosial mempermudah manusia dalam berinteraksi dan saling bertukar informasi tanpa harus bertatap muka. Dari banyaknya jenis media sosial yang memiliki tujuan dan kegunaan berbeda akan tetap mampu menggabungkan orang-orang diseluruh dunia melalui internet.

2. Karakteritik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus untuk dapat membedakannya dengan media-media lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu: ³

a. Jaringan (*Network*) Antar Pengguna

Jaringan merupakan infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun dengan perangkat keras lainnya. Koneksi jaringan ini diperlukan agar terjalin komunikasi antara pengguna komputer yang saling terhubung.

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 15

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi bagian terpenting dalam media sosial, karena para pengguna media sosial dapat menunjukkan identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang dibuat dan diterima dengan sesama pengguna media sosial lainnya.

c. Arsip (*Archive*)

Arsip merupakan informasi yang telah diakses dan akan tersimpan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang telah kita unggah ke media sosial maka akan tersimpan secara otomatis sehingga mudah untuk diakses kembali.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter media sosial adalah untuk membentuk jaringan antar pengguna. Jaringan tersebut tidak hanya untuk mendapatkan pertemanan, tetapi juga untuk membangun interaksi antar pengguna media sosial lainnya. Seperti saling memberi komentar pada halaman atau postingan facebook dan instagram menyukai konten-konten di youtube dan bisa juga dilakukan melalui media sosial lainnya.

e. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media Sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Pengguna juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri dan juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi dirinya di dunia virtual.

3. Jenis-jenis Media Sosial

a. *Blog*

Blog atau jurnal online merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, saling berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya.

b. *Facebook*

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan february 2004 yang didirikan oleh Mark Zuckerberg. *Facebook* merupakan salah satu jenis media sosial yang paling populer di berbagai negara. Pengguna bisa bertukar informasi melalui pesan teks, gambar video dan lainnya.

c. *Instagram*

Instagram berasal dari kata *insta* yang berarti instan. Sedangkan kata *gram* berasal dari telegram yang cara kerja telegram itu sendiri berarti mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Facebook*, *Instagram* juga dapat mengunggah foto atau video dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.⁴

d. *WhatsApp*

Whatsapp adalah aplikasi pesan yang ada di ponsel cerdas (*smartphone*), yang digunakan untuk kepentingan bersosialisasi

⁴ Neng Dwi Kurnia, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas", Universitas Pendidikan Indonesia, Jurnal Vol.8 No.2 Tahun 2018

maupun sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok. Dengan *whatsapp* pengguna bisa melakukan obrolan online, bertukar foto dan video, berbagi file dan lain-lain.

Dalam penelitian ini media sosial yang akan diangkat oleh penulis yaitu *Instagram* dan *WhatsApp*.

a. *Instagram*

Instagram merupakan suatu aplikasi yang berfungsi sebagai media untuk berbagi foto dan video dalam suatu jejaring sosial. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi para penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena *Instagram* memiliki fitur-fitur yang dapat membuat gambar atau foto dan video menjadi lebih indah dan menarik.

Instagram memiliki lima menu utama yang yang semua bagiannya terletak di bawah tampilan. Menu itu di antaranya adalah:

1) *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto dan video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.

2) *Explore*

Explore adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai oleh para pengguna *Instagram*.

3) *News Feed*

News Feed merupakan fitur yang akan menampilkan notifikasi atau pemberitahuan terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh para pengguna.

4) Profil

Profil adalah halaman yang dapat mengetahui informasi dari pengguna. Seperti profil dari milik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Di fitur ini juga bisa menampilkan jumlah foto dan video yang telah di upload, jumlah *following* dan *followers*.

5) *Stories*

Stories merupakan tampilan yang menampilkan foto-foto dan video, namun dalam fitur ini stories atau cerita tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan. Melalui *stories* ini pengguna juga bisa membagikan foto atau video dari postingan sendiri maupun dari postingan orang lain. Setiap *stories* atau cerita yang dibuat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis.

b. *WhatsApp*

WhatsApp merupakan sebuah aplikasi perpesanan (*messenger*) instan dan lintas platform pada *smartphone* yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan seperti SMS tanpa menggunakan pulsa melainkan koneksi internet.

WhatsApp memiliki fungsi dan manfaat bagi para penggunanya, diantaranya:

1) *Personal* atau *Group Chat*

Dengan *WhatsApp* kita dapat berkirim pesan dengan pengguna lain baik melalui teks, audio, file dokumen, foto dan video. Bukan hanya *personal chat* saja, tetapi kita juga bisa membuat *group chat* yang berisi beberapa pengguna *WhatsApp* lainnya.

2) Media Pendidikan

Saat ini banyak orang yang menggunakan *WhatsApp* sebagai media untuk belajar baik di dalam *group chat* maupun *personal chat*.

3) Media Bisnis

WhatsApp sering dimanfaatkan sebagai kegiatan untuk berbisnis, misalnya promosi, informasi dan pemesanan yang dapat dilakukan secara *personal* dengan pengguna lainnya atau dengan *group chat*.

4) Berbagi Informasi dan Berita

Melalui *WhatsApp* para penggunanya bisa berbagi informasi dan berita ke lainnya dengan mengirimkan ke *personal chat* ataupun *group chat*.

5) Membuat Status

Sama Seperti dengan *Instagram*, *WhatsApp* juga dapat membuat *status* atau *stories* yang akan dilihat oleh pengguna *WhatsApp* lainnya yang satu kontak dengan kita.

4. Efektivitas Media Sosial

Efektivitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efek yang berarti akibat, pengaruh, sesuatu yang terjadi karena sebab-sebab. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan efektivitas adalah hasil yang dapat merubah perilaku manusia yang berasal dari pesan yang disampaikan. Perilaku manusia dalam hal ini dapat berupa perilaku yang baik maupun yang buruk tergantung bagaimana manusia itu sendiri menyikapi pesan yang diterimanya.

Menurut Tubbs dan Moss (1974) secara psikologis, efektivitas komunikasi paling tidak ditandai oleh timbulnya lima hal pada diri komunikan: pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan.⁵

Adapun faktor-faktor komunikasi dikatakan efektif menurut Onong Uchjana apabila menimbulkan efek kognitif, afektif dan behaviorial terhadap komunikan sesuai tujuan dari komunikator.⁶ Berikut macam-macam efek media:

⁵ Asep Saeful Muhtadi., *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2012), 45

⁶ Onong Uchjana Efendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: PT Mandra Maju, 1989, 133

a. Efek Kognitif Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Efek kognitif adalah terjadi bila ada pemahaman pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Dalam penelitian ini efek kognitif Media Sosial dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu mengacu pada pemahaman dan pengetahuan seseorang yang diterima secara langsung melalui media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Pengetahuan dan pemahaman yang dimaksud adalah penyebaran atau penyampaian pesan dakwah. Efek kognitif masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja yaitu pada pengetahuan dan pemahaman mereka bertambah pada bidang dakwah setelah mereka menggunakan aplikasi *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah.

b. Efek Afektif Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Efek afektif timbul apabila ada perubahan pada yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai. Dalam penelitian ini efek afektif Media Sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media dakwah lebih mengacu pada nilai sikap seseorang yang mereka alami setelah melihat dan memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui Media Sosial.

c. Efek Behavioral Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang mengikuti pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan

berperilaku. Dalam penelitian ini efek behaviorial media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media dakwah adalah lebih mengacu pada perilaku nyata seseorang, tindakan dan kebiasaa-kebiasaan setelah mengamati dan melihat pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial.

Maka efektivitas komunikasi media sosial dapat dikatakan efektif apabila penerima pesan mendapatkan atau merasakan adanya peningkatan pada efek komunikasi *kognitif*, *afektif*, maupun *konatif*.

B. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Dalam istilah komunikasi pesan disebut dengan *message*, *content*, atau informasi. Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima baik secara langsung atau tidak, secara individu maupun kelompok.

Isi dari aktivitas dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i (*comunicator*) kepada mad'u (*comunican*) dalam proses dakwah adalah pesan-pesan (*message*) suci.⁷ Pesan yang dimaksud dalam dakwah adalah yang disampaikan da'i kepada mad'u berupa segala ajaran islam yang bersumber dari kitab suci al-Qur'an dan hadist.

Sebagaimana Firman Allah:

(وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ۝١٠٤) (آل عمران/١٠٤:٣)

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan

⁷ Samsul Munir Amin, M.A. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2009), 148

mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung". (QS. Ali-Imran (3): 104)⁸

Sedangkan dakwah adalah motivasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan diakhirat.⁹ Pesan yang dimaksud dalam dakwah adalah apa yang disampaikan da'i kepada mad'u baik disampaikan lewat tatap muka secara langsung atau dengan menggunakan sarana media.

Komunikasi dakwah terdiri atas isi pesan, akan tetapi lambang yang digunakan bisa bermacam-macam. Sementara itu, lambang yang bisa digunakan dalam komunikasi dakwah adalah bahasa, gambar, visual, dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari, pesan komunikasi dakwah yang disampaikan kepada mad'u dengan menggunakan gabungan lambang, seperti pesan komunikasi melalui rektorika, surat kabar, film, atau televisi. Karna bagaimana pun juga komunikasi dakwah adalah komunikasi yang menggambarkan bagaimana seseorang komunikator dakwah menyampaikan dakwah lewat bahasa atau simbol-simbol tertentu kepada mad'u menggunakan media.

2. Bentuk-bentuk Pesan Dakwah

Secara konseptual pada dasarnya materi dakwah islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun secara umum pesan dakwah dapat diklarifikasikan menjadi tiga pokok, yaitu:

⁸ QS. Al-Imran (3): 104

⁹ Samsul Munir Amin, M.A. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2009), 2

a. Pesan Akidah

Akidah adalah pokok kepercayaan dalam agama islam. Dalam akidah pembahasannya bukan hanya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani saja, seperti iman kepada Allah SWT, kepada Malaikat-Nya, kepada Kitab-kitab-Nya, kepada Rasul-rasul-Nya, Kepada hari akhir dan iman kepada Qadha-Qodhar. Akan tetapi, pesan dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, seperti syirik, ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

b. Pesan Syariat

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam islam, baik yang berhubungan manusia dengan Tuhan, maupun antar manusia sendiri. Dalam masalah ibadah berisi tentang thaharah, shalat, zakat, puasa dan haji. Masalah Muamalah: Hukum niaga, hukum pidana, hukum nikah, hukum waris, hukum negara, hukum perang dan damai.

c. Pesan Akhlak

Ajaran akhlak dalam islam termasuk ke dalam materi dakwah yang penting disampaikan kepada masyarakat penerima dakwah. Pesan akhlak berisi tentang akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap diri sendiri, tetangga, flora, fauna dan lain sebagainya.

3. Tujuan Pesan Dakwah

Secara khusus tujuan dakwah dapat dibedakan menjadi beberapa segi, yaitu sebagai berikut:

a. Dari Segi Mitra Dakwah

- 1) Tujuan perseorangan, yaitu terbentuknya pribadi muslim dengan iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah SWT dan berakhlak karimah.
- 2) Tujuan untuk keluarga, yaitu terbentuknya keluarga bahagia, penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
- 3) Tujuan untuk masyarakat, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera dengan penuh suasana keislaman.

b. Dari Segi Pesan

- 1) Tujuan akidah, yaitu tertanamnya akidah yang mantap di setiap hati manusia sehingga keyakinan tentang ajaran-ajaran islam tidak lagi dicampuri dengan rasa keraguan.
- 2) Tujuan hukum, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang luhur dengan sifat-sifat yang terpuji dan bersih dari sifat tercela.

4. Karakteristik Pesan Dakwah

Untuk membedakan pesan dakwah dengan pesan lainnya, maka perlu dikenali karakteristik pesan dakwah.

a. Mengandung Unsur Kebenaran

Karakteristik pertama dalam pesan dakwah Islam adalah adanya kebenaran dalam setiap pesan yang disampaikan. Kebenaran yang dimaksud dalam pesan dakwah ini adalah kebenaran yang bersumber dari Allah SWT. Sebagaimana dinyatakan dalam firmanNya.

(الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ □ ١٤٧) (البقرة/١٤٧:٢)

Artinya: “Kebenaran itu dari Tuhanmu. Maka janganlah sekali-kali engkau (Muhammad) termasuk orang-orang yang ragu”. (QS Al-Baqarah: 147)¹⁰

Al-Quran merupakan sumber kebenaran mutlak yang perlu disampaikan oleh da'i kepada manusia. Selain Al-Quran yang menjadi sumber kebenaran juga ada hadist maupun pendapat-pendapat ulama yang shahih.

b. Membawa Pesan Perdamaian

Perdamaian menjadi hal penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian pesan dakwah. Ucapan *Assalamu'alaikum* (semoga kedamaian untuk kalian) yang diucapkan seseorang merupakan pesan dakwah yang terus disebarkan oleh setiap muslim.

c. Memberikan Kemudahan Bagi Penerima Pesan

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

¹⁰ QS. Al-Baqarah (2):147

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Jenis penelitian yang menggunakan pertimbangan penelitian bersifat deskriptif dengan menggambarkan suatu fenomena apa adanya, dengan fakta yang ada dengan menelaah secara teratur atau melihat rinci tentang situasi dan kenyataan yang dilakukan seseorang dan diteliti secara mendalam.¹ Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini dilakukan secara langsung fokus terhadap objek yang diteliti untuk mengetahui bagaimana Efektivitas Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat, Kota Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif Kualitatif. Dikarenakan penelitian ini berupa kegiatan yang mendeskripsikan, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi yang ada dari berbagai data yang peneliti kumpulkan baik berupa hasil pengamatan, wawancara atau sumber yang dapat dijadikan acuan.

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2017), 6

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian jika semua data yang sudah dikumpulkan, maka laporan penelitian berupa kata-kata tertulis, gambar atau lisan dari orang-orang bukan data angka.

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam berupa gambaran dan keterangan tentang Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.² Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah warga masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja yang paham tentang agama Islam dan yang memiliki akun media sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sebanyak 6 orang, 3 orang yang berada di RW 05 dan 3 orang lainnya berada di RW 06.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.³ Sumber data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal, skripsi atau literatur lainnya yang

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 137

³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian.*, 139

berkaitan dengan Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama untuk memperoleh data yang diperlukan. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴ Dalam teknik pengumpulan data ini, peneliti menggunakan teknik:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat atau mengamati secara cermat dan langsung ke penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengamati dan mencatat bagaimana Efektivitas Media Sosial yang digunakan dalam Menyampaikan Pesan-pesan Dakwah Pada Masyarakat Di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

2. Interview (Wawancara)

Interview (Wawancara) yaitu proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung. Teknik wawancara digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden yang bertujuan mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang responden. Wawancara baik yang dilakukan dengan *face to face* maupun yang menggunakan

⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 296

telepon. Oleh karena itu pewawancara perlu memahami situasi dan kondisi sehingga dapat memilih waktu yang tepat kapan dan dimana harus melakukan wawancara.⁵

Kegiatan wawancara dilakukan dengan cara membawa panduan wawancara atau daftar pertanyaan yang sudah disiapkan peneliti tentang bagaimana efektivitas media sosial yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah untuk mendapatkan data dan juga informasi yang jelas.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya sesuatu yang tertulis, yang dipakai sebagai bukti atau keterangan dokumen yang berbentuk tulisan gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.⁶

Dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara. Teknik dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambar, foto, *screenshot* dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan di media sosial dan hal-hal yang berhubungan dengan lokasi penelitian.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Pada penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian.*, 199

⁶ Sugiyono, *Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 240

berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.⁷ Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁸

Jenis triangulasi yang digunakan untuk memenuhi keabsahan data penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Menurut Patton, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.⁹ Triangulasi dengan sumber yang dilaksanakan pada penelitian ini yaitu membandingkan hasil sumber data primer yaitu dengan sumber data sekunder.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (Triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.¹⁰

Untuk mengumpulkan seluruh data kualitatif yang berhubungan dengan Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat, maka peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu:

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 273

⁸ *Ibid.*, 241

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian.*, 331

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2012), 318

1. Reduksi Data

Tahap reduksi data adalah menyederhanakan data agar bisa sesuai dengan kebutuhan dan mudah untuk didapatkan informasinya. Data yang didapatkan dari hasil wawancara, pengamatan langsung ke lapangan dan sebagainya memiliki bentuk yang kompleks. Semua data yang didapatkan dikelompokkan dari data yang sangat penting, kurang penting, dan tidak penting.

2. Penyajian Data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, grafik, *flowchart*, dan sejenisnya, sehingga data tersebut mudah untuk disampaikan kepada orang lain. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.¹¹

3. Penarikan Kesimpulan

Data yang sudah disusun dan dikelompokkan, kemudian disajikan dengan suatu teknik untuk bisa ditarik kesimpulan. Kesimpulan ini menjadi informasi yang bisa disajikan dalam laporan penelitian dan ditempatkan dibagian penutup.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 352

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat

1. Sejarah Singkat Kelurahan Mulyojati

Keberadaan Kelurahan Mulyojati mulai dari sejarah berdirinya hingga saat ini terbagi menjadi 3 (tiga) kurun waktu yang memiliki nilai historis, yaitu: ¹

- a. Kurun waktu tahun 1937-1942 semasa pemerintahan kolonial Hindia Belanda
- b. Kurun waktu tahun 1942-1945 pada masa kekuasaan Jepang
- c. Paksa tahun 1949 ketika pemerintahan kembali ke pangkuan Ibu Pertiwi hingga sekarang.

2. Batasan Wilayah

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan: Kelurahan Metro, Kelurahan Ganjar Asri
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan: Kelurahan Mulyosari, Kelurahan Margorejo
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan: Kelurahan Tejoagung, Kelurahan Margorejo
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan: Kelurahan Ganjar Agung, Kelurahan Mulyosari.

¹ Topografi Kelurahan Mulyojati

3. Keadaan Alam

Kelurahan Mulyojati memiliki luas wilayah ± 295 Ha, yang terdiri dari:

- a. Sawah dan Ladang : 113,00 Ha
- b. Bangunan Umum : 5,15 Ha
- c. Permukiman Umum : 176, 80 Ha

4. Keadaan Geografis

- a. Ketinggian tanah dari permukaan laut : 60 dpl Meter
- b. Banyaknya curah hujan : 20 mm/th
- c. Topografi (Dataran Rendah, Tinggi, dll) : Dataran Rendah
- d. Suhu udara rata-rata : 28° C

5. Pemerintahan Kelurahan Mulyojati

Semenjak berdirinya kelurahan Mulyojati tahun 1937 hingga sekarang telah mengalami pergantian pemimpin. Adapun nama-nama yang pernah memimpin Kelurahan Mulyojati sebagai berikut:

- a. Tahun 1937-1956 Kepala Desa : Bpk. Joyo Mulyono
- b. Tahun 1956-1959 Kepala Desa : Bpk. Sarko
- c. Tahun 1959-1962 Kepala Desa : Bpk. Kastam
- d. Tahun 1962- 1963 Pj. Kades : Bpk. Samud
- e. Tahun 1963-1965 Kepala Desa : Bpk. Ranu Suwito
- f. Tahun 1965-1968 Pj. Kades : Bpk. M. Dasuki
- g. Tahun 1968-1986 Lurah : Bpk. Purwadi
- h. Tahun 1989-1991 Lurah : Bpk. Suroto

- i. Tahun 1991 Lurah : Bpk. Firmansyah
- j. Tahun 1991-1993 Lurah : Bpk. Adi Sriyono
- k. Tahun 1993-1994 Lurah : Bpk. Purwadi
- l. Tahun 1994-2001 Lurah : Bpk. Sarimin. BA
- m. Tahun 2001-2002 Lurah : Bpk. Drs. Sapto Yuwono, SSTP
- n. Tahun 2002 Lurah : Bpk. Drs. Hafatah
- o. Tahun 2002-2004 Lurah : Ibu Ir. Santi Ratna Komala
- p. Tahun 2004-2006 Lurah : Bpk. Drs. Firdaus Saparyani
- q. Tahun 2006-2012 Lurah : Bpk. Eko Sujamroh, S.Sos
- r. Tahun 2012-2017 Lurah : Bpk. Heriyanto, S.Sos, MM
- s. Tahun 2017-2018 Lurah : Bpk. Triyono, S.Sos
- t. Tahun 2018-2021 Lurah : Bpk. Ichsan
- u. Tahun 2021 s/d sekarang : Ibu Retno Muryani, SE

6. Kependudukan

Tabel. 4.1
Jumlah Penduduk Kelurahan Mulyojati

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Jumlah Kepala Keluarga
1	Laki-Laki	4.091 Orang	2.425
2	Perempuan	4.049 Orang	

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel. 4.2
Jumlah Penduduk Menurut Agama

No	Agama	L	P	Jumlah (Orang)
1	Islam	3.971	3.965	7.936
2	Kristen	60	39	99
3	Katholik	30	21	51

4	Hindu	21	11	32
5	Budha	09	13	22
	Jumlah	4.091	4.049	8.140

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel. 4.3
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

No	Kelompok Umur (Tahun)	L	P	Jumlah (Orang)
1	00 - 04	398	261	659
2	05 - 09	339	324	628
3	10 - 14	327	354	656
4	15 - 19	322	328	656
5	20 - 24	362	350	686
6	25 - 29	333	298	601
7	30 - 34	318	338	636
8	35 - 39	364	336	665
9	40 - 44	288	325	591
10	45 - 49	297	289	591
11	50 - 54	241	259	478
12	55 - 59	142	218	358
13	60 Tahun Ke atas	360	369	639
	Jumlah	4.091	4.049	8.140

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel. 4.4
Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	L	P	Jumlah (Orang)
A	Lulusan Pendidikan Umum			
	1) Sekolah Dasar	490	404	894
	2) SMP/SLTP	540	396	936
	3) SMA/SLTA	998	1129	2127

	4) Akademik (D1-D3)	143	190	333
	5) Sarjana (S1-S3)	299	380	679
B	Lulusan Pendidikan Khusus			
	1) Pondok Pesantren	310	170	480
	2) Madrasah	115	75	190
	3) Pendidikan Keagamaan	350	270	620
	4) Sekolah Luar Biasa	20	7	27
	5) Kursus/Ketrampilan	125	98	223
	6) Lain-lain	701	930	1631

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel. 4.5
Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencapaian

No	Mata Pencapaian	L	P	Jumlah (Orang)
1	Pegawai Negeri/Karyawan			
	a. Pegawai Negeri Sipil	420	665	1075
	b. TNI / POLRI	43	5	48
	c. Karyawan(Swasta/BUMN/BUMD)	650	510	1160
2	Wiraswasta/Pedagang	867	990	1857
3	Tani	820	970	1790
4	Pertukangan	103	0	103
5	Buruh	781	461	1242
6	Pensiunan	85	65	150
7	Industri Kecil/Rumah Tangga	97	90	187
8	Sektor Informal	101	113	214
9	Jasa	64	89	153
10	Lain-lain	60	101	161

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel. 4.6
Jumlah Penduduk Menurut Suku Bangsa

No	Suku Bangsa	L	P	Jumlah (Orang)
1	Lampung	820	766	1586
2	Jawa	2421	2521	4942
3	Sunda	410	353	763
4	Palembang	269	230	499
5	Padang	59	64	123
6	Bali	16	13	29
7	Tapanuli	17	32	49
8	Lain-lain	79	70	149
	Jumlah	4091	4049	8140

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

7. Pertanahan

a. Status

- 1) Sertifikat Hak Milik : 1.326 Buah, 310,02 Ha
- 2) Sertifikat Hak Guna Usaha : - Buah, - Ha
- 3) Sertifikat Hak Guna Bangunan : 16 Buah, 3,78 Ha
- 4) Sertifikat Hak Pakai : 15 Buah, 2,12 Ha
- 5) Tanah yang dikelola Pemerintahan Kelurahan
 - a) Tanah Bengkok : - Buah, - Ha
 - b) Tanah Makam : 1 Buah, 5.301 M2
 - c) Tanah Hutan Kota Mulyojati : 1 Buah, 17.610 M2
 - d) Tanah TK PKK Mulyojati : 1 Buah, 344 M2
 - e) Balai Kelurahan Mulyojati : 1 Buah, 1.487 M2
 - f) Kantor Lurah Mulyojati : 1 Buah, 930 M2

b. Peruntukan

1) Jalan	: 35,299	Km
2) Sawah	: 85	Ha
3) Ladang / Tegal / Kebun	: 20,500	Ha
4) Bangunan Umum	: 7,64	Ha
5) Kolam	: 2,45	Ha
6) Permukiman Umum	: 188,37	Ha
7) Jalur Hijau	: -	Ha
8) Perkuburan	: 5,301	M2
9) Lain-lain	: -	Ha

c. Penggunaan

1) Industri	: -	Ha
2) Pertokoan/Perdagangan	: 3	Ha
3) Perkantoran	: 2,8	Ha
4) Pasar Pagi	: -	Ha
5) Tanah Wakaf	: -	Ha
6) Tanah Sawah		
a) Irigasi Teknis	: 94,757	Ha
b) Irigasi Setengah Teknis	: 18,32	Ha
c) Tadah Hujan	: 08	Ha
7) Tanah Kering		
a) Perkarangan	: 134,25	Ha
b) Tegalan	: -	Ha

8. Bidang Kemasyarakatan

Tabel 4.7
Bidang Keagamaan

No	Nama	Jumlah Kelompok	Jumlah Anggota
1	Majelis Ta'lim	27	-
2	Majelis Gereja	-	-
3	Majelis Budha	-	-
4	Majelis Hindu	-	-
5	Remaja Masjid	8	170

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel 4.8
Bidang Organisasi Sosial

No	Nama	Jumlah
1	Pramuka	345 Anggota
2	Karang Taruna	22 Anggota
3	PSM (Pekerja Sosial Masyarakat)	1 Anggota
4	Kelompok PKK	33 Anggota
5	Dasa Wisama	53 Anggota

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

9. Data Sekolah Di Kelurahan Mulyojati

Tabel. 4.9
Jumlah Sekolah di Kelurahan Mulyojati

KELURAHAN	NAMA SEKOLAH
MULYOJATI	1. SDN 3 METRO BARAT
	2. SDN 4 METRO BARAT
	3. SDN 5 METRO BARAT
	4. SD NU METRO
	5. SLB CATUR BINA BANGSA
	6. SMP Mu AHMAD DAHLAN
	7. SMP TMI RQ
	8. MTS DARUL A'MAL

	9. SMK MUH III METRO
	10. MA DARUL A'MAL
	11. SMK DARUL A'MAL
	12. SMA TMI RQ
	13. SMA DARUL MUTAQIN AL ISLAMI
	14. PAUD AZIZAH
	15. PAUD SEMBODRO
	16. PAUD TUNAS BANGSA
	17. PAUD AL-AZHAR
	18. PAUD ALAM INSAN CENDEKIA
	19. TK PKK MULYOJATI
	20. TK KHODIJAH
	21. PKMB NUSANTARA

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

10. Bidang Pembangunan

Tabel 4.10
Tempat Peribadatan

No	Nama	Jumlah
1	Masjid	11
2	Mushola	12
3	Gereja	-
4	Wihara	-
5	Pura	-
6	Kapel	-

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

Tabel 4.11
Tempat Kesehatan

No	Nama	Jumlah
1	Rumah Sakit Umum	-
2	Rumah Sakit Swasta	1
3	Rumah Sakit Bersalin	-
4	Poliklinik/Balai Kesehatan	1
5	Laboratorium	-
6	Apotik/Depot Obat	5

Sumber: Dokumen Kelurahan Mulyojati Tahun 2021

11. Visi & Misi Kota Metro

Visi :

“Terwujudnya Kota Metro Berpendidikan, Sehat, Sejahtera dan Berbudaya”.

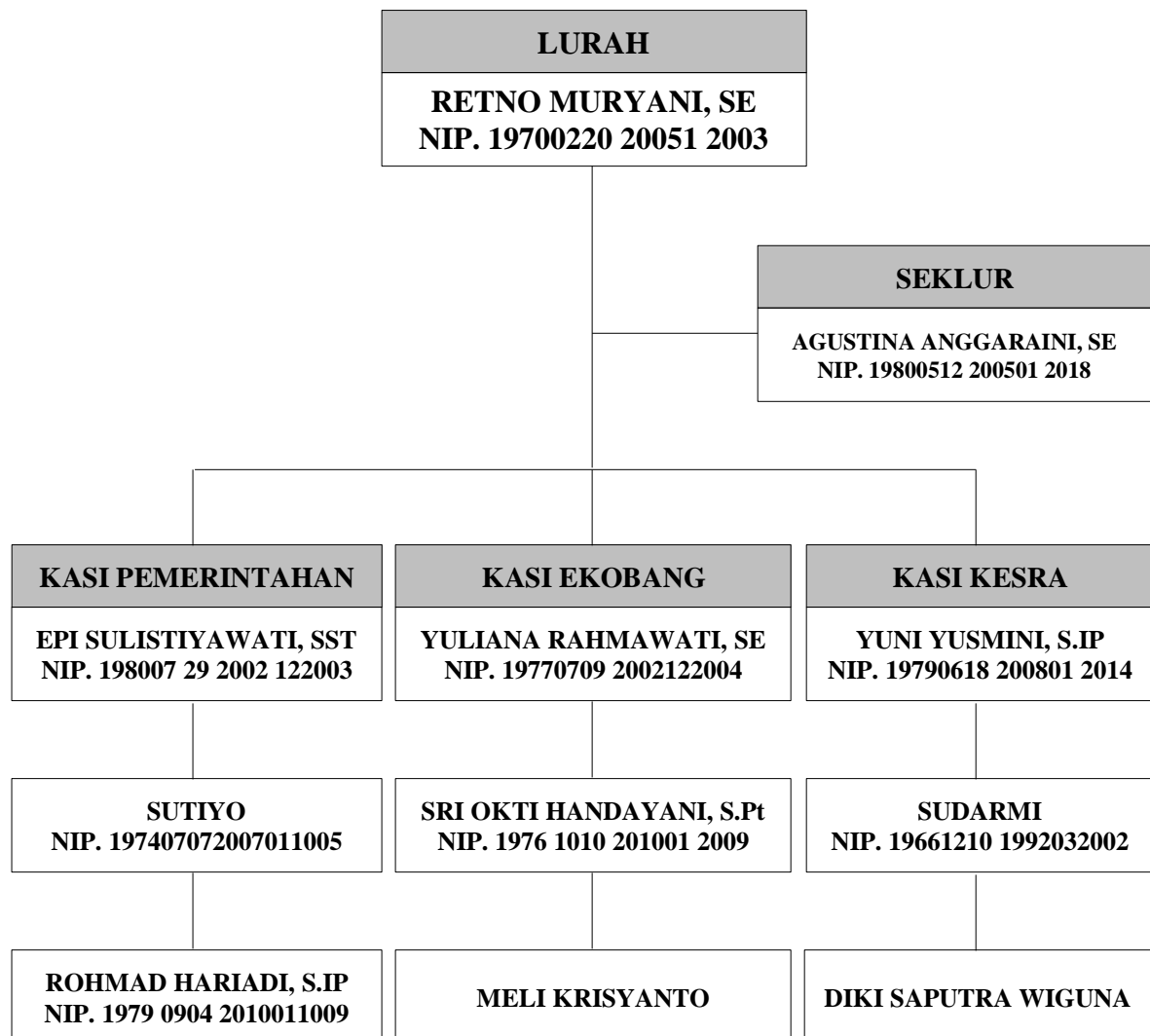
Misi :

Selanjutnya untuk mewujudkan visi tersebut, maka disusun misi sebagai berikut:

- a. Mewujudkan Kualitas Pendidikan dan Kebudayaan yang berdaya saing
- b. Mewujudkan Masyarakat Sehat Jasmani, Rohani, dan sehat secara Sosial
- c. Meningkatkan Kuantitas dan Kualitas Infrastruktur fisik secara Efektif, Efisien, Berwawasan Lingkungan dan Berkelanjutan
- d. Meningkatkan Masyarakat Produktif Berdaya Saing dalam Bidang Teknologi, Inovasi dan Ekonomi Kreatif
- e. Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik (*Good Governance*) Terhormat dan Bermartabat.

12. Struktur Organisasi Kelurahan Mulyojati

STRUKTUR ORGANISASI KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT KOTA METRO



B. Penggunaan Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat

1. Penggunaan Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Media sosial yang merupakan bagian dari kemajuan teknologi informasi memiliki banyak peran penting dalam pengolahan dan penyediaan informasi apabila dapat digunakan dan dimanfaatkan dengan baik terutama bagi para komunikator. Untuk dapat mengakses media sosial yang digunakan, maka pengguna harus terlebih dahulu terhubung dengan koneksi jaringan internet agar bisa terjalin komunikasi dengan pengguna media sosial lainnya. Seperti menambahkan pengguna lainnya sebagai teman, bertukar informasi melalui pesan teks, gambar, video, dan sebagainya.

Saat ini teknologi internet semakin maju yang mengakibatkan media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Penggunaan media sosial pun semakin hari semakin berkembang pesat. Instagram dan WhatsApp merupakan media sosial yang memiliki pengguna terbanyak saat ini, termasuk masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja. Disamping penggunaan aplikasinya yang cukup mudah, jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat tanpa ada batasan ruang dan waktu. Sehingga banyak masyarakat khususnya para remaja di Kelurahan Mulyojati yang memanfaatkan media tersebut untuk berbagai kebutuhan mereka termasuk komunikasi serta menyampaikan pesan-pesan dakwah. Seperti hasil wawancara dengan Rohman Adi Saputra yang menyatakan bahwa:

“Menggunakan media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* untuk komunikasi, silaturahmi, promosi dagangan, untuk membagikan pesan-pesan dakwah video-video dan gambar yang bermanfaat”.²

Sebagaimana hasil lain wawancara dengan Della Febianti yang menyatakan bahwa:

“Lebih banyak menggunakan media sosial sebagai sarana untuk komunikasi, untuk hiburan, mencari ilmu pengetahuan, untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah di media sosial”.³

Dalam Islam kita diperintahkan untuk saling mengajak kebaikan dan selalu mengingatkan agar menjauhi keburukan.

Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: «مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ» رَوَاهُ مُسْلِمٌ.

Artinya: *Dari Abu Sa'id Al-Khudri Radhiyallahu 'Anhu, ia berkata, "Saya mendengar Rasulullah Shallallahu 'Alaihi wa Sallam bersabda, "Barangsiapa melihat kemungkarannya, hendaklah merubah dengan tangannya, jika tidak mampu, maka dengan lisannya, jika tidak mampu maka dengan hatinya. Yang demikian itu tingkatan iman paling lemah."* (HR Muslim)

Masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media komunikasi dakwah dengan mengemas pesan dakwah dengan kalimat-kalimat menarik, membagikan video, gambar atau tulisan yang tidak terlalu panjang dan disesuaikan dengan penerima. Mereka memilih menyampaikan pesan dakwah melalui *stories* atau status karena dianggap

² Wawancara dengan Rohman Adi Saputra, pada tanggal 12 November 2022

³ Wawancara dengan Della Febianti, pada tanggal 14 November 2022

lebih efektif, efisien waktu dan biaya. Dengan *Instagram* dan *WhatsApp* kita bisa menyebarkan pesan dakwah dengan cara apapun dan kapanpun. Hal ini juga di jelaskan dalam hadist riwayat Bukhari yang berbunyi:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya: “*sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat*”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Silvia Rizki yang menyatakan bahwa:

“Yang saya lakukan biasanya dengan membuat Status di WA dan membagikan video atau gambar di *stories* Instagram. Menurut saya ya efektif, karena kita bisa menyampaikan pesan dakwah dimanapun dan kapanpun.”⁴

Berdasarkan uraian diatas, masyarakat kelurahan Mulyojati khususnya para remaja banyak yang menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah, karena tidak bergantung pada tempat dan waktu sehingga pesan dakwah dapat disampaikan kapan saja dan dimana saja tanpa bertemu dan bertatap muka.

Pada prinsipnya pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yakni Al-Quran dan Hadist. Penyampaian pesan dakwah dapat dilakukan dengan cara, seperti melalui *personal chat*, *group* dan bisa membagikannya melalui status di *WhatsApp* atau *stories* di *Instagram*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Adi Nugroho yang menyatakan bahwa:

“Kalau jenis pesan dakwah yang disampaikan itu lebih sering seperti ajakan membaca surah-surah, surah al kahfi, al mulk, dan lainnya. Kemudian tentang sabar, ketakwaan, dan lain-lain”⁵

⁴ Wawancara dengan Silvia Rizki, pada tanggal 14 November 2022

⁵ Wawancara dengan Adi Nugroho, pada tanggal 13 November 2022

Sebagaimana hasil lain dari wawancara dengan Rohman Adi Saputra yang menyatakan bahwa:

“Jenis pesan dakwah yang disampaikan kadang tentang motivasi kehidupan, sholat, adab-adab dalam kehidupan seperti adab pertemanan, makan dan lain-lain”.⁶

Tujuan menyebarkan atau menyampaikan pesan dakwah adalah untuk saling mengingatkan, sama-sama saling belajar, memberikan kebaikan ke lainnya supaya hidupnya lebih bahagia dan tenang, mempunyai perilaku dan akhlak yang baik sesuai dengan ajaran-ajaran Allah SWT. Jenis pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial tentang akidah, syariat dan akhlak. Waktu yang digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah tidak tentu, kadang setiap hari, kadang ketika ada waktu luang atau ketika menemukan gambar atau video tentang dakwah yang menarik untuk disampaikan. Hal yang mendorong untuk menyampaikan pesan dakwah adalah karena masih jarang yang menyebarkan pesan dakwah melalui media sosial dan karena memiliki tanggung jawab untuk saling mengajak kebaikan dengan sesama muslim lainnya.

⁶ Wawancara dengan Rohman Adi Saputra, pada tanggal 12 November 2022

2. Kekurangan dan Kelebihan Instagram dan WhatsApp Sebagai Media Untuk Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat

Instagram dan *WhatsApp* dimanfaatkan masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat khususnya para remaja untuk media komunikasi, mendapatkan hiburan, untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi serta sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Media dakwah merupakan alat yang digunakan individu untuk menyampaikan pesan dakwah dengan tujuan dan maksud tertentu. Pesan dakwah yang dimaksud berupa ajakan kepada seluruh umat muslim agar menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya. Dengan Media Sosial kita bisa menyebarkan pesan dakwah menggunakan video-video singkat, gambar maupun teks yang berbaur Islami.

a. Kekurangan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai Media untuk Menyampaikan pesan dakwah

1) Sasaran Penerima Dakwah Terbatas

Ruang lingkup penerima pesan dakwah melalui *Instagram* dan *WhatsApp* terbatas, dimana penerima atau *mad'u* yang berteman atau yang menyimpan kontak saja yang bisa mendapatkan informasi yang disampaikan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Della Febianti yang menyatakan bahwa:

“Kekurangannya yang pasti kurang leluasa untuk berbagi informasi tentang dakwah terutama di *WhatsApp* karena kontak yang tidak terlalu banyak membuat pesan dakwah yang kita sampaikan hanya bisa diterima oleh teman atau kontak yang ada saja tidak semua orang bisa menerima dan melihatnya”.⁷

⁷ Wawancara dengan Della Febianti, pada tanggal 14 November 2022

2) Pesan Terlalu Panjang

Pesan dakwah yang terlalu panjang dan bertele-tele membuat penerima malas untuk membaca atau melihatnya. Dan akhirnya pesan dakwah tidak tersampaikan dengan baik. Sebagaimana hasil wawancara dengan Adi Nugroho yang menyatakan bahwa:

“Kekurangannya biasanya ketika melihat video- video di stories atau status ada yang melihat sampai habis ada juga yang cuma di skip karena terlalu panjang atau kurang paham”.⁸

3) Penerima Pesan Pasif

Pesan dakwah yang disampaikan melalui Media Sosial dinilai kurang menarik terutama melalui *WhatsApp*, karena menerima pesan dakwah melalui *WhatsApp* tidak bisa memilih dakwah yang kita sukai tetapi kita hanya bisa menerima dan melihat pesan dakwah yang disebar oleh kontak *WhatsApp*. Sehingga membuat penerima pesan atau *mad'u* menjadi pasif atau tidak menghiraukan. Seperi hasil wawancara dengan Rohman Adi Saputra yang menyatakan bahwa:

“Kalau di Instagram kita bisa memilih pesan dakwah karena banyak postingannya, tapi kalau lewat *WhatsApp* itu kadang tidak semua pesan dibaca ada juga sebagian yang melihat status ada yang hanya melihat sekilas saja”.⁹

⁸ Wawancara dengan Adi Nugroho, pada tanggal 13 November 2022

⁹ Wawancara dengan Rohman Adi Saputra, pada tanggal 12 November 2022

b. Kelebihan *Instagram* dan *WhatsApp* Sebagai Media Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

1) Pesan Dakwah Menyeluruh

Penyampaian pesan dakwah melalui Media Sosial berfungsi menambah keunikan dan relasi antara agama dengan media. Dimana semakin sering menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial maka semakin luas pula jaringan relasi yang didapat oleh *da'i* dan *mad'u* karena bersifat global atau menyeluruh. Sebagaimana hasil wawancara dengan Silvia Rizki yang menyatakan:

“Kalau dari kelebihanannya itu banyak, gak menghabiskan banyak waktu, gak ribet, menyeluruh. Kita bisa menyampaikan pesan dakwah walaupun hanya rebahan dikamar.”¹⁰

2) Bisa *Review* Kembali

Instagram dan *WhatsApp* merupakan media sosial yang mudah dijangkau oleh pengguna pada umumnya, sehingga dalam proses dakwah baik *da'i* maupun *mad'u* tidak perlu datang ketempat majelis sebab informasi dan pengetahuan dari media sosial bisa lebih detail dan bisa dibaca berulang-ulang atau di *review* kembali dikemudian hari. Seperti hasil wawancara dengan Rohman Adi Saputra yang menyatakan bahwa:

“Kalau kita menyebarkan pesan dakwah melalui media sosial itu lebih mudah untuk tersebar, karena bisa dibagikan kembali dengan teman kita dan kitapun bisa mengulang kembali dilain waktu”.¹¹

¹⁰ Wawancara dengan Silvia Rizki, pada tanggal 14 November 2022

¹¹ Wawancara dengan Rohman Adi Saputra, pada tanggal 12 November 2022

3) Memberi Kemudahan dan Kecepatan dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Instagram dan *WhatsApp* merupakan media sosial yang tidak memiliki batas ruang dan waktu. Materi dakwah dapat diterima dengan mudah serta efisien, hanya dengan membagikan video-video singkat atau gambar yang berbau Islami kita sudah bisa berdakwah.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Adi Nugroho yang menyatakan bahwa:

“Memudahkan kita sebagai penyampai informasi, yang biasanya ketika kita ingin menyampaikan informasi kita harus mengumpulkan penerima informasi dengan media sosial ini kita cukup dengan membagikan video-video atau gambar saja”¹²

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 kelebihan *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah diantaranya yakni, pesan dakwah bisa menyeluruh karena sekali mengirim pesan langsung bisa diterima oleh banyak orang, efisien waktu, tempat, tenaga dan biaya serta bacaan yang sudah diterima bisa diulang kembali agar lebih paham dengan isi pesan dakwah yang disampaikan.

C. Efektivitas Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat

Efektivitas merupakan hasil yang dapat merubah perilaku manusia yang berasal dari pesan yang disampaikan. Perilaku manusia dalam hal ini

¹² Wawancara dengan Adi Nugroho , pada tanggal 13 November 2022

dapat berupa perilaku yang baik maupun yang buruk tergantung bagaimana manusia itu sendiri menyikapi pesan yang diterimanya.

Instagram dan *WhatsApp* merupakan media sosial yang paling banyak diakses untuk saat ini termasuk oleh masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja. Hal ini dapat memberikan peluang besar bagi masyarakat Kelurahan Mulyojati untuk menyampaikan dan menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui media sosial tersebut. Dakwah melalui media sosial juga membuat mad'u merasa lebih santai dan relaks karena tidak bertemu dan bertatap muka secara langsung. Ditambah dengan *Instagram* dan *WhatsApp* yang juga memiliki fitur-fitur yang cukup mudah untuk mengaplikasikan pesan-pesan dakwah. Seperti *message*, status atau *stories* yang bisa digunakan untuk membuat dan menyampaikan ke pengguna lainnya.

Instagram dan *WhatsApp* dimanfaatkan pengguna untuk media komunikasi, bersilaturahmi, mencari dan menyebarkan informasi, sebagai media hiburan serta sebagai media untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah. Pesan dakwah disini berupa ajakan kepada seluruh umat muslim agar menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya.

Masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja sudah menyebarkan atau menyampaikan pesan dakwah dengan cara apapun, termasuk dengan cara menggunakan media sosial yang ada salah satunya menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp*.

Dalam penelitian ini Efektivitas Media Sosial *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah pada masyarakat Kelurahan Mulyojati peneliti menemui tiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah. Adapun efek-efek dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Efek Kognitif Media Sosial Sebagai Media dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Dalam penelitian ini efek kognitif *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu mengacu pada pemahaman dan pengetahuan seseorang yang diterima secara langsung melalui Media Sosial. Pengetahuan dan pemahaman yang dimaksud adalah pada penyebaran atau penyampaian pesan dakwah. Pernyataan ini di dapat dengan adanya penelitian yang dilakukan dilapangan dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa *Instagram* dan *WhatsApp* membantu mereka dalam penyebaran atau penyampaian pesan dakwah. Efek kognitif masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja yang terlihat jelas yaitu pada pengetahuan dan pemahaman mereka bertambah setelah menggunakan media sosial sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah. Seperti hasil wawancara dengan Vina Ariska yang menyatakan bahwa:

“Dengan *Instagram* dan *WhatsApp* ini mempermudah kita untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan-pesan dakwah, karena kita gak perlu bertemu langsung dan juga sedikit mengurangi grogi. Kita bisa membagikan video-video singkat atau gambar tentang dakwah kapanpun kita mau. Selain itu juga terutama dengan *Instagram* kita bisa mencari banyak jenis pesan dakwah melalui

postingan lainnya sehingga menambah pengetahuan kita dan bisa langsung merespon informasi dakwah yang disebarakan”.¹³

Sebagaimana hasil lain wawancara dengan Megi Saputra yang menyatakan bahwa:

“Tentunya dengan adanya media sosial ini menambah banyak wawasan dan pengetahuan, baik itu yang umum maupun yang mengandung nilai-nilai keislaman yang sebelumnya kita tidak tau menjadi tau. Kita juga bisa menyebarkan pesan-pesan dakwah yang menarik untuk disebarakan tanpa harus bertemu secara langsung. Hanya dengan bermodalkan kuota saja kita bisa mencari dan memberikan video atau gambar dakwah dengan mudah”.¹⁴

Jadi dari hasil wawancara diatas bahwa menyampaikan pesan dakwah tidak harus datang ke masjid atau bertemu langsung, tetapi melalui media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp* juga bisa dilakukan. Menyebarkan pesan dakwah bisa dilakukan dengan cara mengirimkan video-video singkat, teks atau gambar melalui *stories* atau status, postingan, dan di beberapa grup *WhatsApp*, sehingga dengan begitu pesan dakwah yang disampaikan bisa di terima dengan mudah oleh banyak masyarakat. Selain menyampaikan atau menyebarkan masyarakat juga menggunakan *Instagram* untuk mencari informasi-informasi yang mengandung pesan dakwah melalui postingan dari akun-akun lainnya yang berisikan khusus dakwah. Tujuannya yakni untuk menambah berbagai jenis wawasan dan pengetahuan tentang Islam.

¹³ Wawancara dengan Vina Ariska, pada tanggal 4 Desember 2022

¹⁴ Wawancara dengan Megi Saputra, pada tanggal 3 Desember 2022

2. Efek Afektif Media Sosial Sebagai Media dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Dalam penelitian ini efek afektif *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah yakni lebih mengacu pada nilai sikap seseorang yang mereka alami setelah melihat, mendengar dan memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial ini. Seperti perubahan sikap menjadi lebih baik dari sebelumnya. Hasil penelitian lapangan mengatakan bahwa ada perubahan yang mereka alami setelah melihat, mendengar dan memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial. Seperti hasil wawancara dengan Silvia Rizki yang menyatakan bahwa:

“Selain sering menyebarkan pesan dakwah melalui Instagram dan WhatsApp, saya juga sering melihat stories di beberapa teman dan mencari di beberapa postingan yang memiliki nilai dakwahnya. Ada banyak wawasan Islam yang bisa kita dapatkan. Misalnya tentang pentingnya sholat dhuha yang sebelumnya kita tidak tau apa saja yang kita peroleh setelah solat dhuha maka setelah memahami menjadi tau dan sekarang walaupun tidak setiap hari tapi saya selalu berusaha untuk melaksanakan sholat dhuha”.¹⁵

Sebagaimana hasil lain wawancara dengan Della Febianti yang menyatakan bahwa:

“Di WhatsApp kan ada beberapa kontak yang juga menggunakan WA sebagai media dakwah kadang di share di grub kadang juga dibuat status, dengan begitu maka bisa menambah wawasan tentang agama semakin luas. Seperti yang kita tau kalau malam jum'at disunnahkan membaca surah al-kahfi tetapi kita tidak tau berapa banyak pahala yang kita dapat jika kita membacanya sehingga setelah kita mendapatkan informasi itu hati kita jadi terketuk punya niatan untuk melakukannya”.¹⁶

¹⁵ Wawancara dengan Silvia Rizki, pada tanggal 4 Desember 2022

¹⁶ Wawancara dengan Della Febianti, pada tanggal 4 Desember 2022

Dengan adanya media sosial kita tidak perlu menyampaikan pesan dakwah secara tatap muka langsung untuk mengajak orang lain ke arah yang lebih baik, tetapi kita juga bisa menyebarkan kebaikan dengan cara apapun. Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa pesan dakwah yang disebarkan melalui *Instagram* dan *WhatsApp* bisa dipahami dan diterima oleh masyarakat. Mereka juga menggunakan *Instagram* untuk mencari informasi tentang dakwah kapanpun mereka mau sehingga menambah wawasan dan pengetahuan dari yang sebelumnya tidak mengetahui menjadi paham tentang pesan-pesan yang disampaikan. Kemudian mereka juga mengatakan ada perubahan sikap yang mereka alami setelah memahami isi pesan dakwah yang disampaikan, walaupun tidak setiap hari dilakukan namun mereka selalu mencoba untuk melakukannya.

3. Efek Behavioral Media Sosial Sebagai Media dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Dalam penelitian ini efek behavioral *Instagram* dan *WhatsApp* sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah adalah lebih mengacu pada perilaku nyata seseorang, tindakan atau kebiasaan setelah melihat, mendengar dan mengamati pesan dakwah melalui media *Instagram* dan *WhatsApp*. Tindakan yang dimaksud yaitu berupa kebiasaan-kebiasaan, dari yang mulanya hanya melihat dan meresapi isi dari pesan dakwah yang disebarkan penerima bisa belajar dan mendapati pengetahuan agama yang baru dan mengamalkannya. Seperti hasil wawancara dengan Megi Adi Saputra yang menyatakan bahwa:

“Setelah saya menerima pesan dakwah melalui Instagram dan WhatsApp respon pertama adalah melihat dan mengamati isi dari pesan dakwah yang disampaikan. Isi pesan yang disampaikan sudah saya terapkan beberapa namun masih banyak yang jarang saya terapkan ke sehari-hari saya kadang hanya untuk mengingatkan saja.”¹⁷

Sebagaimana hasil lain wawancara dengan Vina Ariska yang menyatakan bahwa:

“Sebenarnya banyak jenis pesan dakwah yang disebar di Instagram ataupun di WhatsApp, seperti bersabar, bersyukur, jika ingin rezekinya lancar maka harus banyak sedekah dan beribadah dan banyak motivasi-motivasi kehidupan lainnya. Namun setelah saya melihat dan memahaminya terkadang hanya menjadi ilmu pengetahuan, hanya beberapa saja yang sudah saya terapkan dalam kehidupan itupun tidak selalu dan hanya sesaat saja”.¹⁸

Berdasarkan dari beberapa hasil wawancara di atas efek yang paling menonjol dari dakwah melalui *Instagram* dan *WhatsApp* adalah Efek Kognitif. Karena kebanyakan dari masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mencari dan menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan pesan dakwah Islam. Mereka mendapatkan banyak wawasan dan pengetahuan yang luas. Namun tidak semua dari mereka yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi ada sebagian juga yang menerapkannya walaupun tidak dilakukan setiap hari namun mereka selalu berusaha untuk melaksanakannya.

¹⁷ Wawancara dengan Megi Saputra, pada tanggal 3 Desember 2022

¹⁸ Wawancara dengan Vina Ariska, pada tanggal 4 Desember 2022

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil penelitian penulis menemui tiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah melalui media sosial. Pertama Efek Kognitif, yakni pesan dakwah yang disebarakan atau disampaikan melalui *Instagram* dan *WhatsApp* dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat. Kedua Efek Afektif, yakni hanya beberapa masyarakat yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga Efek Behavioral yakni hanya sebagian kecil dari masyarakat yang setelah mengamati isi pesan dakwah kemudian menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari hingga mengamalkan ke lainnya.

Penyampaian pesan dakwah melalui media sosial pada masyarakat Kelurahan Mulyojati kurang efektif. Karena dari ketiga efek dalam proses penyampaian pesan dakwah hanya efek kognitif yang banyak dilakukan oleh masyarakat khususnya para remaja. Kebanyakan dari masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja menggunakan *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mencari dan menyebarkan informasi-informasi yang terkait dengan pesan dakwah Islam. Mereka mendapatkan banyak wawasan dan pengetahuan yang luas. Namun tidak semua dari mereka yang menerapkan isi dari pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi ada sebagian juga yang

menerapkannya walaupun tidak dilakukan setiap hari namun mereka selalu berusaha untuk melaksanakannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, terdapat saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat Kelurahan Mulyojati khususnya para remaja yang sudah menyebarkan pesan dakwah melalui media sosial agar lebih giat lagi dan bagi masyarakat yang belum agar dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media sosial yang dimiliki.
2. Masyarakat Kelurahan Mulyojati harus bisa menjadi penerus dakwah dalam menyebarkan pesan dakwah melalui media apapun khususnya *Instagram* dan *WhatsApp*. Agar dakwah yang disampaikan dapat menyebar keseluruh lapisan masyarakat, khususnya para remaja sebagai penerus bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Desi. *"Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom)"*. Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2019.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Amanillah, Khairul. *"Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alasantri)"*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2021.
- Effendi, Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi*, Bandung: PT Mandra Maju, 1989.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Panggilan Data Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Kurnia, Neng Dwi. *"Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas"*, Universitas Pendidikan Indonesia, Jurnal Vol.8 NO.2 Tahun 2018.
- Mubarok, Achmad. *Psikologi Dakwah*. Malang: Madani Press, 2014.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Metodologi Penelitian Dakwah (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Nurudin, *"Media Sosial Baru dan Munculnya Proses Komunikasi," Jurnal Komunikator*, Vol.5, 2010.
- Novitalia, Yola *"Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Remaja Di Desa Benteng Utara Kecamatan Sungai Batang Kabupaten Indra Giri Hilir Provinsi Riau"*. Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. 2018.

Rahmanita G. Agus Yulistiyono., *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial*.
Cirebon: Insania, 2021.

Setiawan, Nanda. "*Pemanfaatan Media Facebook Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah (Studi Kasus Mahasiswa KPI Angkatan 2014)*". Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Metro. 2018.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1319/In.28.4/D.1/PP.00.9/10/2022
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

13 Oktober 2022

Yth.

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I

di -

Tempat

Assalamu'alaikum Waraiimatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut di atas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Efektifitas Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat

Dengan ketentuan :

1 Pembimbing

Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD)

Mahasiswa

Mahasiswa melakukan bimbingan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a Pasca seminar Proposal mahasiswa wajib melakukan pendalaman BAB I, II dan III kepada pembimbing
 - b Mahasiswa mengajukan surat *research* setelah mendapat persetujuan (ACC) BAB I,II dan III dari Pembimbing
 - c Pengajuan Ujian Skripsi (Munaqasyah) minimal 1 bulan setelah surat *research* dikeluarkan.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Bimbingan/Surat Penunjukan Pembimbing dikeluarkan.
 - 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan Skripsi yang dikeluarkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2018.
 - 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b Isi ± 3/6 bagian.
 - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian surat ini disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan I

Bidang Akademik dan Kelembagaan





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1399/In.28/D.1/TL.01/10/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **ANNISA KUSUMAWATI**
 NPM : 1803062017
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KELURAHAN MULYOJATI, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 31 Oktober 2022



Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
 NIP 19730321 200312 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1400/In.28/D.1/TL.00/10/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA BADAN KESATUAN
BANGSA DAN POLITIK KOTA
METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1399/In.28/D.1/TL.01/10/2022,
tanggal 31 Oktober 2022 atas nama saudara:

Nama : **ANNISA KUSUMAWATI**
NPM : 1803062017
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Oktober 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
NIP 19730321 200312 1 002



PEMERINTAH KOTA METRO
KECAMATAN METRO BARAT
KELURAHAN MULYOJATI

Jl. Soekarno Hatta No. 71 Mulyojati (34125)

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Nomor : 800/ 132 / C.3.1 / 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Lurah Mulyojati Kecamatan Metro Barat, berdasarkan surat rekomendasi izin research/survey/pengabdian/penelitian/KKN/KKL/KKS/PPL dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Metro Nomor: 800/247/B-6/2022 tanggal 31 Oktober 2022, dengan ini memberikan izin penelitian kepada :

Nama : ANNISA KUSUMAWATI
Jenis Kelamin : Perempuan
NPM : 1803062017
NIK : 1872036212990002
Alamat : Mulyojati Kecamatan Metro Barat
Bangsa/ Agama : Indonesia/Islam
Pekerjaan/Jabatan : Mahasiswa
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Metro.
Universitas : IAIN Metro

Untuk melakukan penelitian yang disertai judul "EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPEKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KOTA METRO". Yang berlokasi di Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat dengan jangka waktu penelitian selama 3 (Tiga) Bulan, dengan catatan:

1. Setelah selesai mengadakan penelitian dapat melaporkan hasilnya kepada Lurah Mulyojati Kecamatan Metro Barat.
2. Tidak diperkenankan mengadakan kegiatan lain diluar izin yang diberikan dan apabila terjadi penyimpangan maka izin akan dicabut.

Demikian surat keterangan izin penelitian ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Mulyojati
Pada Tanggal : 10 November 2022

LURAH MULYOJATI,

RETNO MURYANISE
Penata Tk.I
NIP. 19700220 200501 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pustaka.metrouniv.ac.id; e-mail: pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1481/ln.28/S/U.1/OT.01/11/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017
Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/ Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1803062017

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 30 November 2022



Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Facebook : Fuad iainmetro Instagram : fuad_iainmetro Web : fuad.metrouniv.ac.id Radio : 90.50 FM Radio Shawtuna

SURAT KETERANGAN

Nomor : B-1589/In.28/J.1/PP.00.9/12/2022

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Metro menerangkan bahwa :

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017
Judul : Efektivitas Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat

Sudah melaksanakan uji plagiasi ~~Proposal~~ / Skripsi* melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 15 %.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Metro, 8 Desember 2022
Ketua Jurusan,

Astuti Patmingsih



*coret yang tidak perlu

OUTLINE

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Media Sosial
 - 1. Pengertian Media Sosial
 - 2. Karakteristik Media Sosial
 - 3. Jenis-Jenis Media Sosial
- B. Pesan Dakwah
 - 1. Pengertian Pesan Dakwah
 - 2. Bentuk-bentuk Pesan Dakwah

3. Tujuan Pesan Dakwah
4. Karakteristik Pesan Dakwah

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
 1. Deskripsi Lokasi Penelitian Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat Kota Metro
 2. Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat
- B. Pembahasan

BAB V PENUTUP


- A. Simpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Dosen Pembimbing,



Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Metro, Oktober 2022
Mahasiswa Ybs,



Annisa Kusumawati
NPM. 1803062027

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MENYAMPAIKAN
PESAN DAKWAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN
MULYOJATI KECAMATAN METRO BARAT

A. OBSERVASI

1. Mengobservasi Media Sosial Apa Yang Digunakan Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah.
2. Mengobservasi Bagaimana Efektivitas Media Sosial Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat.

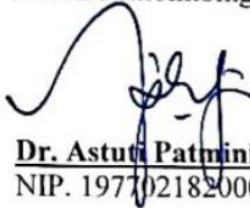
B. WAWANCARA

1. Apakah anda memiliki media sosial? Media sosial apa saja yang anda miliki?
2. Biasanya anda menggunakan media sosial sebagai sarana untuk apa?
3. Apakah anda sudah menggunakan media sosial untuk mencari informasi?
4. Pentingkah media sosial bagi anda untuk mencari dan mendapatkan informasi?
5. Seperti apa tanggapan anda ketika memperoleh informasi pesan dakwah dari media sosial?
6. Bagaimana perasaan anda ketika mendapatkan informasi tentang pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial?
7. Apakah anda sudah memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan atau menyebarkan pesan dakwah?
8. Bagaimana cara menyampaikan atau menyebarkan pesan dakwahnya?
9. Jenis pesan dakwah seperti apa yang disampaikan?
10. Kapan waktu menyebarkannya?
11. Apakah anda mendapat ilmu pengetahuan dan hal-hal positif dari media sosial?
12. Sudahkah mencari pesan dakwah di media sosial yang anda miliki?
13. Apa tujuan anda menyebarkan atau menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial?
14. Pentingkah mencari dan menyebarkan pesan dakwah?
15. Menurut anda efektifkah media sosial sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah?
16. Menurut anda apa kelebihan dan kekurangan dalam menyampaikan pesan dakwah di media sosial?
17. Hal apa yang mendorong untuk membuat dan menyebarkan pesan dakwah?
18. Apakah anda sudah menerapkan isi dari pesan dakwah tersebut dalam kehidupan sehari-hari?

C. DOKUMENTASI

1. Profil dan sejarah Kelurahan Mulyojati Kecamatan Metro Barat
2. Visi dan Misi Kelurahan Mulyojati
3. Catatan Hasil Wawancara
4. Foto Kegiatan Wawancara
5. Foto atau *Screenshot* Pesan Dakwah Yang Disampaikan Melalui Media Sosial

Mengetahui
Dosen Pembimbing,



Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Metro, Oktober 2022
Mahasiswa Ybs,



Annisa Kusumawati
NPM. 1803062027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI
Semester/ TA : XI/2022

No.	Hari / Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	18/10-22	Tambahkan batasan Maka soal yg signifikan	
	20/10-22	Ace Bab I, II, III. Buat APP dan outline	
	21/10-22	Ace App & outline lanjut Riset	

Dosen Pembimbing,

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197102182000032001

Mahasiswa Ybs,

Annisa Kusumawati
NPM. 1803062027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI
Semester/ TA : XI/2022

No.	Hari / Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29 nov 2022	Talubalikan teori yg efektifitas penerapannya/mengingat sehingga bisa digunakan untuk analisis data lapangan.	

Dosen Pembimbing,

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Mahasiswa Ybs,

Annisa Kusumawati
NPM. 1803062027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: jainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI
Semester/ TA : XI/2022

No.	Hari / Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	2/12-2022	Analisis Perilaku Efektivitas media sosial di era kemajuan pada bab II	

Dosen Pembimbing,

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Mahasiswa Ybs,

Annisa Kusumawati
NPM. 1803062027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI
Semester/ TA : XI/2022

No.	Hari / Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	7/12-2022	Perbaiki Simpulan	

Dosen Pembimbing,

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Mahasiswa Ybs,

Annisa Kusumawati
NPM. 1803062027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: jainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Annisa Kusumawati
NPM : 1803062017

Jurusan/Prodi : FUAD/KPI
Semester/ TA : XI/2022

No.	Hari / Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	8/12-2022	Bea Murayorud	

Dosen Pembimbing,

Dr. Astuti Palminingsih, M.Sos.I
NIP. 197702182000032001

Mahasiswa Ybs,

Annisa Kusumawati
NPM. 1803062027

FOTO DOKUMENTASI



Foto wawancara dengan Rohman Adi Saputra



Foto wawancara dengan Silvia Rizki



Foto wawancara dengan Adi Nugroho



Foto wawancara dengan Vina Ariska



Foto wawancara dengan Della Febianti



Foto wawancara dengan Megi Adi Saputra

DOKUMENTASI SCREENSHOT



Stories Gambar Pesan Dakwah Tentang Shalat Dhuha



Stories Video Pesan Dakwah Tentang Tinggalkanlah Karena Allah



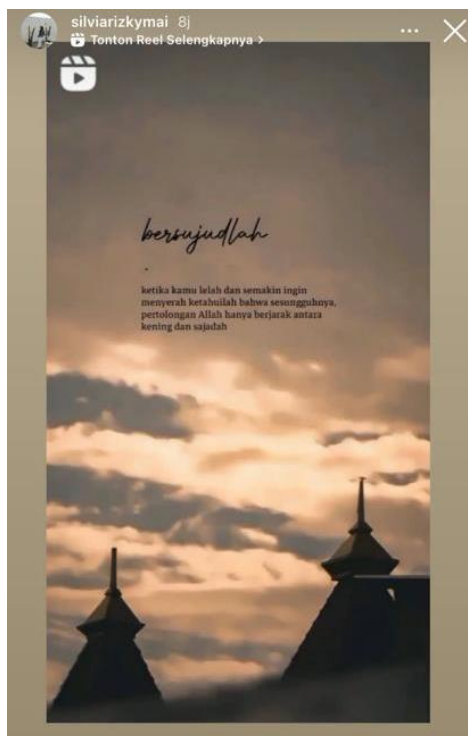
Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Adab Berteman



Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Akibat Sering Beristighfar



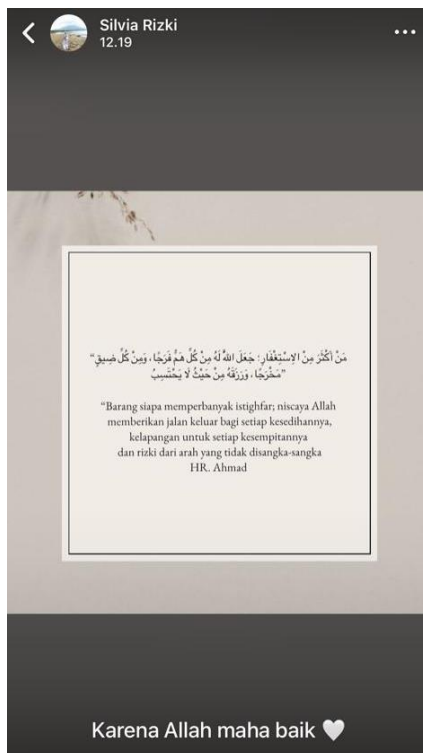
Stories Video Pesan Dakwah Tentang Mengingat Allah



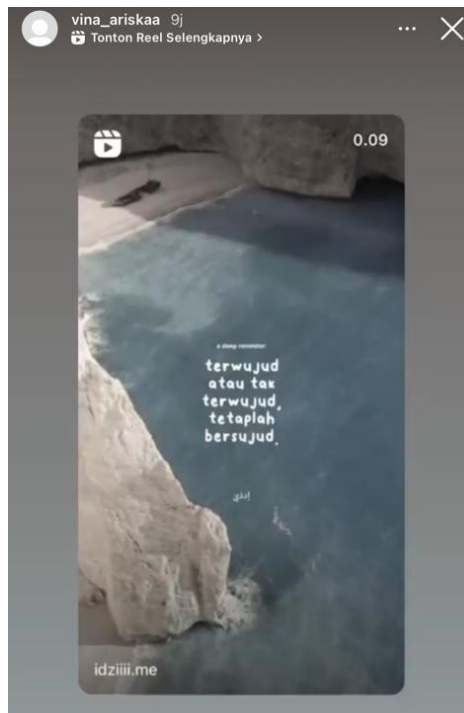
Stories Video Pesan Dakwah Tentang Mengingat Allah



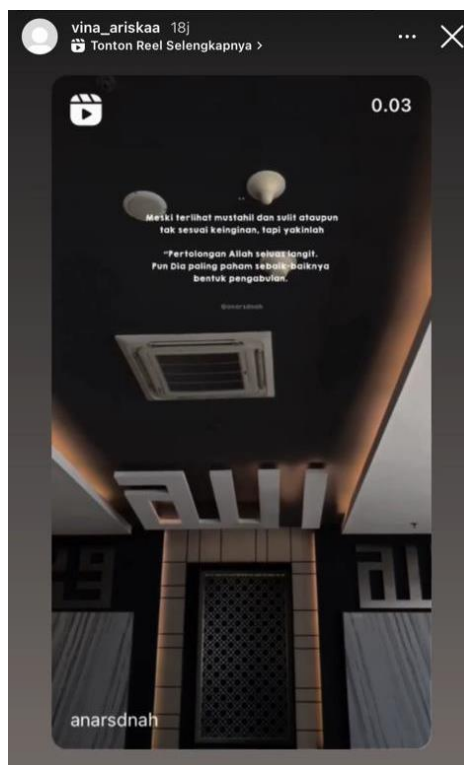
Status Video Pesan Dakwah Tentang berprasangka baik



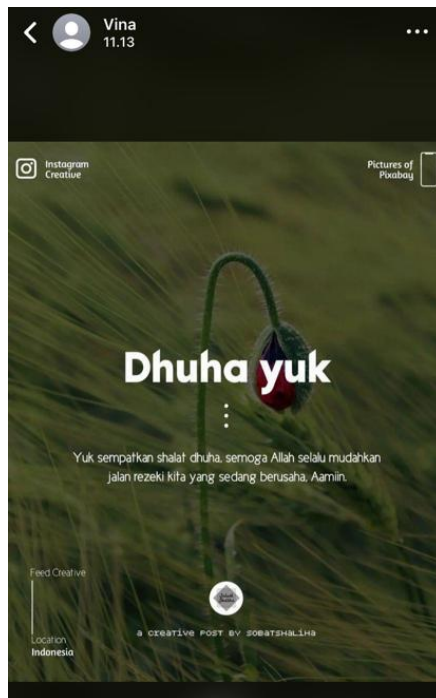
Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Memperbanyak Istigfar



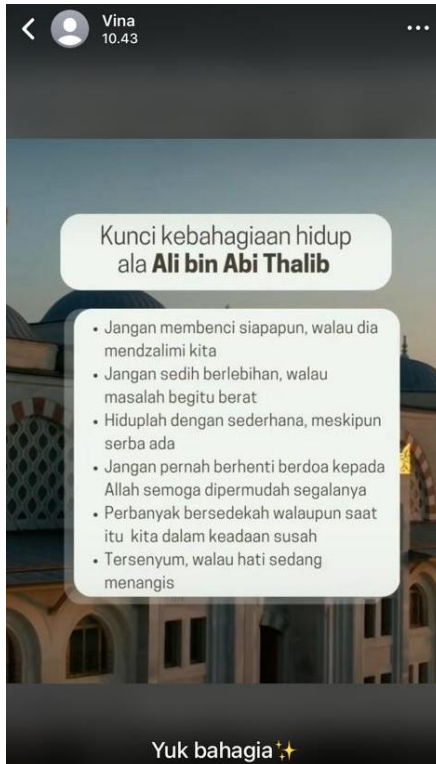
Stories Video Pesan Dakwah Tentang Tetaplah Bersujud



Stories Gambar Pesan Dakwah Tentang Pertolongan Allah



Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Shalat Dhuha



Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Kunci Kebahagiaan Hidup



Stories Gambar Pesan Dakwah Tentang Ketakwaan



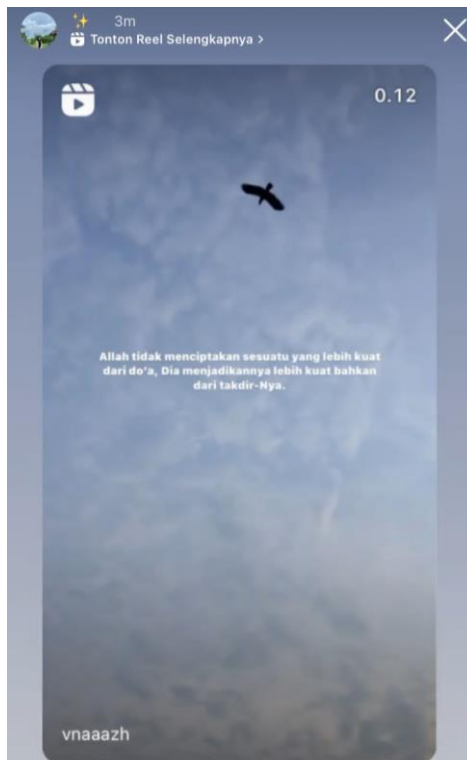
Stories Gambar Pesan Dakwah Tentang Menjadi Pendengar yang Baik



Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Membaca Surah Al-Kahfi



Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Membaca Surah Al-Mulk



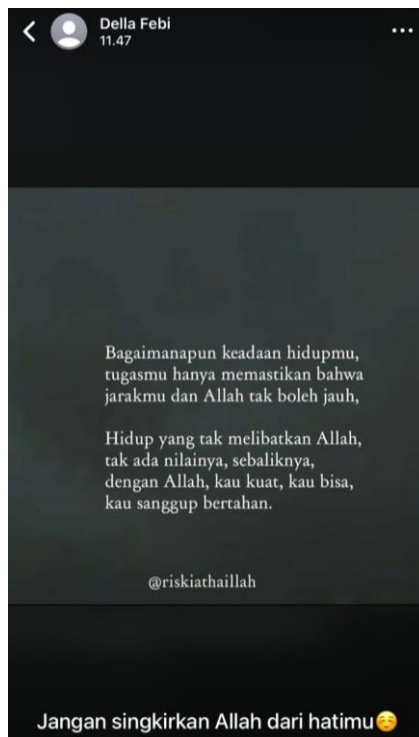
Stories Video Pesan Dakwah Tentang Pentingnya Do'a



Stories Video Pesan Dakwah Tentang Serahkan Kepada Allah



Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Memanfaatkan Waktu



Status Gambar Pesan Dakwah Tentang Pentingnya Mengingat Allah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Annisa Kusumawati dilahirkan di Metro, pada tanggal 22 Desember 1999. Anak kedua dari tiga bersaudara pasangan dari Bapak Joko Priyono dan Ibu Tuti Mulyani. Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 05 Metro Barat pada tahun 2012. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Kartikatama Metro dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Kartikatama Metro selesai pada tahun 2018. Selanjutnya pada tahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri di Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.