

BAB III

KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN

A. Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi merupakan metode utama dalam ilmu komunikasi. Penelitian yang mengkaji konten media seperti koran, radio, film, dan televisi menggunakan metode ini. Dengan analisis isi, peneliti dapat memahami deskripsi konten, karakteristik pesan, serta tren perkembangan dari suatu isi.

Menurut R. Holsty, analisis isi adalah serangkaian metode untuk menganalisis konten pesan secara sistematis, sehingga dapat digunakan sebagai panduan untuk mengamati dan menganalisis pesan tertentu yang disampaikan oleh seorang komunikator atau da'i.

Dalam penelitian ini, konsep Analisis Isi menurut R. Holsty digunakan untuk menganalisis isi pesan secara sistematis, sebagai panduan untuk mengamati dan menganalisis pesan tertentu yang disampaikan oleh komunikator. Pada pendekatan kualitatif, metode ini menggunakan serangkaian tema sebagai pedoman untuk membahas seluruh isi pesan, serta berusaha menjelaskan bagaimana tema tersebut dikembangkan oleh sumber media. Pendekatan ini cenderung meneliti isu-isu yang tidak berkaitan dengan jumlah atau kuantitas.²⁰

²⁰ R Holsty, 'Content Analisis Dalam Handbook Of Social Psychology Edited By Darder Kindzay & Billiot Aronson', *Cambridge Massactusset Addison Wesley*, 1969.

2. Ciri-Ciri Analisis Isis

Menurut R holsti ada beberapa ciri-ciri analisis isi di antaranya adalah:

- a. Naskah diproses mengikuti aturan dan langkah-langkah yang telah direncanakan.
- b. Naskah diolah dengan cara yang sistematis, di mana kategori isi teks ditentukan berdasarkan aturan yang telah ditetapkan.
- c. Proses analisis pesan harus memberikan kontribusi atau relevansi teoretis.
- d. Proses pengkajian dan pembahasan didasarkan pada deskripsi yang nyata.
- e. Menggunakan teknik kuantitatif dalam proses analisis.²¹

3. Tujuan Analisi Isi

R. Holsti mendefinisikan analisis isi sebagai teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan menggunakan usaha Karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif dan sistematis. Analisis isi merupakan suatu penelitian yang sifatnya membahas lebih mendalam terhadap isi suatu informasi tercetak atau tertulis pada media massa.²²

²¹ Ratnaningsih Dewi, 'Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa Dan Sastra', *Jurnal Elsa*, 18 (2020), 38.

²² Chevi Azmi Damara, Darwis Sagita, and Ari Pandu Witantra, 'Teknik Analisis Isi Berita Basuki Tjahaja Purnama Sebelum Dan Sesudah Pilkada DKI Jakarta Putaran II (Analisis Isi Berita Di Surat Kabar Media Indonesia Dan Republika Periode 13 April–26 April 2017)' (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2017).

Tujuan analisis isi adalah untuk mengidentifikasi, menggali, dan memahami informasi yang terkandung dalam sebuah teks atau dokumen. Analisis isi bertujuan untuk mengungkapkan pola, tema, dan makna yang terkait dengan teks tersebut.

Menurut Krippendorff, analisis isi adalah teknik penelitian yang memungkinkan pembuatan inferensi yang dapat diulang (replicable) dan valid dengan memperhatikan konteks data. Sebagai teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah²³

Berikut adalah beberapa tujuan khusus dari analisis isi:

- a. Mengidentifikasi tema atau topik: Analisis isi membantu menganalisis tema atau topik yang dominan dalam suatu teks atau koleksi teks. Ini dapat membantu peneliti atau analis untuk memahami fokus utama atau tujuan dari materi yang sedang diteliti.
- b. Mendapatkan wawasan tentang pendapat atau sentimen: Analisis isi dapat membantu mengungkapkan pendapat, sentimen, atau sikap yang terkandung dalam teks. Dengan menganalisis kata-kata, frasa, atau gaya bahasa yang digunakan, analisis isi dapat memberikan wawasan tentang pandangan penulis terhadap subjek tertentu.
- c. Mengidentifikasi pola dan tren: Dengan menganalisis isi dari sejumlah teks, dapat ditemukan pola dan tren yang muncul dari waktu ke waktu. Hal ini dapat membantu dalam pemantauan opini publik, analisis media, atau penelitian tren sosial.

²³ Klaus Krippendorff, 'Content Analysis', *Introduction To Its Theory and Methodology*, 1993, 19.

- d. Evaluasi efektivitas komunikasi: Analisis isi dapat digunakan untuk mengevaluasi keefektifan pesan atau kampanye komunikasi. Dengan menganalisis bahasa dan gaya penulisan yang digunakan, dapat diukur sejauh mana pesan tersebut mencapai tujuannya.
- e. Menyederhanakan dan menyusun kembali informasi: Analisis isi dapat membantu dalam mengorganisir dan menyusun kembali informasi yang terkandung dalam teks yang kompleks atau besar. Ini dapat membantu dalam menghasilkan ringkasan, memetakan hubungan antar konsep, atau menyajikan informasi dengan cara yang lebih terstruktur.

Dalam penelitian survei, yang juga dikenal sebagai studi dokumen, kajian mendalam dilakukan pada isi suatu data. Begitu pula, analisis isi menggunakan hipotesis formal (hipotesis yang umumnya didasarkan pada kebenaran sebelumnya) dan aturan-aturan ilmiah, yang kemudian dianalisis dengan teknik statistik modern serta bisa menggunakan teknologi komputer. Oleh karena itu, terdapat kesamaan tujuan antara analisis isi dan penelitian survei (studi dokumen).

R. Holsti berpendapat ada tujuh tujuan dalam analisis isi, seperti berikut di bawah ini:

- a. Menjelaskan isi (esensi) komunikasi.
- b. Menjelaskan karakteristik dari sumber kepada pesan yang dihasilkan.
- c. Memeriksa atau mengaudit isi komunikasi terhadap standar yang berlaku.
- d. Menganalisa teknik persuasi.
- e. Menganalisa gaya tulisan.

- f. Menghubungkan atribut (sifat dan perlengkapan).
- g. Menjelaskan pola-pola komunikasi.

4. Manfaat Analisis Isi

Analisis isi memiliki banyak manfaat dalam berbagai bidang. Menurut McQuail dalam buku *Mass Communication Theory*. Berikut adalah beberapa manfaat utama analisis isi :

- a. Menggali Makna Pesan
- b. Menilai Frekuensi dan Distribusi
- c. Mengungkap Bias dan Stereotip
- d. Mengidentifikasi Tren dan Perubahan
- e. Menguji Hipotesis dan Teori
- f. Mengukur Efek Pesan
- g. Objektivitas dan Reliabilitas
- h. Menghasilkan Data Kuantitatif dan Kualitatif
- i. Relevansi dalam Berbagai Disiplin Ilmu
- j. Pengembangan Kebijakan dan Praktik
- k. Mengetahui fungsi dan efek media
- l. Mengevaluasi media performance
- m. Mengetahui apakah ada bias media.²⁴

²⁴ 'BAB II Tinjauan Pustaka', 12 <[https://repository.uin-suska.ac.id/2659/3/BAB II.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/2659/3/BAB%20II.pdf)>.

5. Proses Analisis Isi

Proses analisis isi menurut Mayring pada tahun 1988 sebagai berikut:

- a. Penentuan materi
- b. Analisis situasi tempat asal teks
- c. Pengkarakteran materi secara formal
- d. Penentuan arah analisis
- e. Diferensiasi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab sesuai dengan teori yang ada
- f. Penyeleksian Teknik-teknik analitis (ringkasan, eksplikasi, penataan)
- g. Pendefinisian unit-unit analisis
- h. Analisis materi (ringkasan, eksplikasi, penataan)
- i. Interpretasi²⁵

6. Prinsip-Prinsip Analisis Isi

Menurut Wimmer dan Dominick prinsip-prinsip analisis isi adalah :²⁶

- a. Prinsip sistematis adalah penggunaan prosedur yang konsisten pada semua pesan yang dianalisis. Oleh karena itu, peneliti tidak boleh hanya menganalisis pesan yang menarik bagi mereka, tetapi harus mencakup semua pesan yang telah ditentukan dalam komunitas dan pemilihan sampel. Dengan demikian, analisis isi berbeda dari observasi biasa terhadap isi atau pesan.

²⁵ Aisyah Putri Ni'matul Izzah, Eli Purwati, and Niken Lestarini, 'Jurnal Wawancara (Analisis Isi Berita "Fajar: Ipong Rumongso Iso 'Nuku' Ponorogo" Pada Surat Kabar Media Mataraman Ponorogo Edisi 19-26 April 2018)'"', *Indonesian Journal of Government and Communication Studies*, 2.1 (2018).

²⁶ Sumarno Sumarno, 'Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa Dan Sastra', *Edukasi Lingua Sastra*, 18.2 (2020), 36–55.

- b. Prinsip objektivitas menyatakan bahwa hasil penelitian bergantung pada prosedur yang digunakan, bukan pada peneliti itu sendiri. Ini dicapai melalui ketepatan instrumen dan penetapan kategori, sehingga peneliti lain dapat menggunakannya dan mendapatkan kesimpulan yang relatif sama, meskipun penelitiannya berbeda, asalkan menggunakan pesan/isi, sarana, dan prosedur yang sama.
- c. Prinsip kuantitatif melibatkan pencatatan angka atau frekuensi yang menggambarkan berbagai isi pesan yang telah didefinisikan. Selain itu, prinsip ini juga mencakup penerapan metode hypothetico-deductive, yaitu kerangka kerja untuk merumuskan hipotesis melalui deduksi dan mengujinya melalui eksperimen atau observasi. Penelitian dimulai dengan identifikasi masalah, tinjauan teori, perumusan hipotesis, dan diakhiri dengan pengujian atau pembuktian empiris.
- d. Prinsip faktual berarti bahwa kajian dan pembahasan dibatasi pada isi pesan yang jelas dan eksplisit, bukan pada persepsi atau perasaan peneliti. Kesimpulan analisis yang mengungkap sesuatu yang tersirat dibalik yang tersurat bukanlah masalah, selama seluruh proses analisis dan pembahasan didasarkan pada isi yang eksplisit.

B. Pesan dakwah

Pesan adalah message, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut maudhu'ulda'wah (موضوع الدعوة). Istilah pesan dakwah dianggap lebih tepat untuk menjelaskan isi dakwah dalam bentuk kata, gambar, lukisan, dan lain sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.

Ada beberapa cara dalam penyampaian dakwah diantaranya: apabila dakwah berbentuk tulisan, maka itu adalah pesan dakwah, apabila dakwah berbentuk lisan, maka ucapan itu adalah pesan dakwah, apabila berbentuk tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itu adalah pesan dakwah. Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu qur'an dan hadis.²⁷

Pesan dakwah adalah segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada dalam kitabullah maupun dalam sunnah rasulnya. Pada dasarnya isi pesan dakwah adalah materi dakwah yang berisi ajaran Islam.

²⁷ K Asyura, 'Pesan Dakwah Qaulan Maysura Pada Seksi Jamaah (Studi Analisis Di Dayah Putri Muslimat)', *Jurnal An-Nasyru*, 2021, 31-53 <<https://ejournal.iaialaziziyah.ac.id/index.php/jian/article/view/123>>.

C. Unsur-Unsur Dakwah

a. Da'I (Pelaku Dakwah)

Da'i merupakan sebutan dalam agama Islam yang bertugas untuk menyampaikan, mengajak, mendorong orang lain untuk mengikuti, dan mengamalkan ajaran Islam. Seorang dai harus profesional, dan ini berlaku juga untuk setiap orang yang hendak menyampaikan, mengajak orang lain ke jalan Allah, sebab Rasulullah Saw. Bersabda, "sampaikanlah (ajaran) dariku, walaupun satu ayat" (HR.Bukhari).²⁸

b. Mad'u (Penerima Dakwah atau Sasaran Dakwah)

Mad'u merupakan orang atau kelompok yang lazim disebut dengan jamaah atau sasaran dakwah atau penerima dakwah yang sedang menuntut ajaran agama dari seorang da'i, baik mad'u itu orang dekat atau jauh, muslim atau non muslim, laki-laki atau perempuan.

Sasaran dakwah tidak hanya ditujukan kepada umat manusia yang beragama Islam saja, akan tetapi juga kepada mereka yang belum mengenal tentang agama Islam dan terutama kepada mereka yang cenderung untuk belajar agama Islam lebih banyak dan untuk mengenal agama Islam lebih dekat, tentang apa yang sesungguhnya terkandung dalam ajaran-ajaran agama Islam yang demikian mengagumkan dan mempesonakan orang-orang yang berilmu pengetahuan tinggi di dunia barat.²⁹

²⁸ Pattaling, "Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah."

²⁹ Muhammad Abd. Gani, Cita Dasar dan Pola Perjuangan Syariat Islam (Cet. I.Jakarta. Bulan Bintang, 1984), hal 209.

c. Maddah (Materi Dakwah Atau Pesan Dakwah)

Materi dakwah adalah pesan pada dasarnya isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u yang bersumber dari al-Qur'an dan al-hadits yang meliputi aqidah, syariah, dan akhlak dengan berbagai macam ilmu yang diperoleh darinya. Materi yang disampaikan oleh seorang dai harus cocok dengan keahliannya. Materi juga harus cocok dengan metode dan media serta obyek dakwahnya.³⁰

Menurut Asmuni Syukir dalam bukunya Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam, secara menyeluruh makna dari kategorisasi pesan dakwah menurutnya dapat dikelompokkan menjadi tiga hal yaitu: pesan yang menyinggung dengan masalah akidah, kedua masalah syariah dan yang ketiga adalah masalah akhlak atau budi pekerti.³¹

- 1) Pesan akidah, meliputi iman kepada Allah SWT. Iman kepada malaikatnya, iman kepada hari akhir, iman kepada qadha-qadar.
- 2) Pesan syariah, meliputi ibadah thaharah, shalat zakat, puasa dan haji, serta muamalah.
- 3) Pesan akhlak, meliputi akhlak terhadap Allah SWT. Akhlak terhadap makhluk yang meliputi: akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia flora, fauna dan sebagainya.

Keseluruhan materi dakwah pada dasarnya bersumber dari dua sumber, yaitu:

³⁰ Wardi Bachtiar, Metodologi Penelitian Ilmu dakwah (Cet.I. Jakarta. Logos, 1997), hal.34.

³¹ B A B II, 'A. Strategi Dakwah', *Strategi Dakwah Dalam Peningkatan Nilai Sosiokultural Pada Masyarakat 15 Kauman Metro Pusat*, 9.

- 1) Al-Qur'an dan Al-Hadits. Al-Quran adalah kalamullah (kalam-kalam Allah) yang diturunkan kepada RasulNya yang terakhir Nabi Muhammad Saw untuk menjadi al-Hudan (petunjuk) dan al-Furqan (pembeda) bagi umat manusia dalam kehidupannya di seluruh alam muka bumi Allah ini.³² Hadits adalah ucapan, perbuatan atau ketetapan yang dinisbatkan kepada Nabi, segala sesuatu yang ada pada Nabi Muhammad Saw. yang dijadikan landasan sebagai syariat Islam.³³
- 2) Ra'yu Ulama (opini ulama). Ra'yu sebagai Sumber Hukum Islam. Ra'yu merupakan salah satu cara umat Islam untuk menetapkan suatu hukum dari permasalahan-permasalahan kontemporer (perkembangan modern) yang belum didapati dalam Alquran dan Hadis.³⁴

³² Nailul Rahmi, 'No Title', Hukuman Potong Tangan Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis, 7 (2018), 1.

³³ Leni Andariati, 'Hadis Dan Sejarah Perkembangannya', *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis*, 4.2 (2020), 153–66.

³⁴ Febriani Nur Arfiyah, 'No Title', Ra'yu Sebagai Sumber Hukum Islam, 2012.

d. Media Dakwah

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada masyarakat pada zaman sekarang, seperti, televisi, video, kaset rekaman, majalah, surat kabar, dan internet.³⁵

e. Efek Dakwah

Efek dakwah merupakan reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat efek dapat terjadi pada tataran yaitu:³⁶

- 1) Efek kognitif, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak.
- 2) Efek afektif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai
- 3) Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.³⁷

f. Metode Dakwah

Metode dakwah yaitu cara-cara yang dipergunakan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah atau serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Ada tiga metode yang menjadi dasar dakwah seperti dalam Surat An-Nahl ayat 125 dapat diambil pemahaman bahwa bentuk-bentuk metode dakwah yaitu:

³⁵ Djamalul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah* (Cet.I.Jakarta. Gema Insani Press, 1996), hal 124.

³⁶ Dwi Nursianto, 'Pengaruh Katalog Online Shop Di Instagram Dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumen', *Vol. III. Surakarta*, 2016.

³⁷ Ridlo, "Dakwah Islam Dalam Perspektif Komunikasi Massa."

1) Al-Hikmah

Yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

2) Al-Mau'idzatil Hasanah

Yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3) Al-Mujadalah Bi-Al-Lati Hiya Ahsan

Yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran, diskusi dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekkkan yang menjadi mitra dakwah.³⁸

Dalam hal ini teori Harrold Laswell menjelaskan bahwa dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Teori Lasswell tentang komunikasi dapat diterapkan pada konteks dakwah untuk memahami unsur-unsur yang terlibat dalam proses penyampaian pesan

³⁸ Ridlo.

agama. Dalam dakwah, unsur-unsur yang dikemukakan Lasswell dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) **Who? (Siapa?) – Dai atau Muballigh** Orang yang menyampaikan pesan dakwah, seperti ulama, ustadz, atau dai. Mereka adalah sumber atau pengirim pesan yang memiliki otoritas dan pengetahuan agama.
- 2) **Says What? (Mengatakan Apa?) – Isi Dakwah** Pesan atau materi dakwah yang disampaikan. Ini bisa berupa ajaran agama, nasihat, cerita keagamaan, atau penjelasan tentang nilai-nilai dan hukum Islam.
- 3) **In Which Channel? (Melalui Saluran Apa?) – Saluran atau Media Dakwah** Sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Ini bisa melalui khutbah di masjid, ceramah, buku, artikel, media sosial, radio, televisi, atau platform digital lainnya.
- 4) **To Whom? (Kepada Siapa?) – Penerima atau Audiens** Orang atau kelompok yang menjadi target dakwah. Ini bisa mencakup berbagai kalangan masyarakat, baik Muslim maupun non-Muslim, dengan berbagai latar belakang sosial, budaya, dan usia.
- 5) **With What Effect? (Dengan Efek Apa?) – Efek Dakwah** Dampak atau hasil dari dakwah yang disampaikan. Efek ini bisa berupa peningkatan pengetahuan agama, perubahan sikap atau perilaku, peningkatan keimanan, atau tindakan konkret seperti bertobat atau berbuat amal kebajikan.³⁹

³⁹ Pardianto, 'Dakwah Multikultural (Studi Alternatif Dakwah Di Era Globalisasi)', *Mediasi*, 9.2 (2015), 1–16 <<https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/MDS/article/view/282>>.

Dengan menggunakan model Lasswell ini, dai atau muballigh dapat merancang strategi dakwah yang efektif, menilai keberhasilan komunikasi mereka, dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.

D. Instagram Sebagai Media Dakwah

Di era modern ini, media sosial mampu menyajikan informasi yang sangat up-to-date dan sesuai dengan perkembangan zaman. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan Instagram sebagai sumber informasi. Saat ini, media sosial dapat menyampaikan informasi kepada publik dengan lebih cepat dibandingkan televisi, yang biasanya mengalami penundaan satu atau beberapa hari.⁴⁰

Instagram memiliki fitur khas yang menarik minat pengguna media sosial, terutama fitur edit video yang memikat. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur video yang durasinya dibatasi oleh platform, yang dikenal sebagai Vidgram. Fitur-fitur Instagram saat ini banyak dimanfaatkan pengguna, terutama untuk membuat konten video dalam berbagai kategori seperti bisnis, pembelajaran, komedi, video pribadi, dan konten yang sedang tren. Video-video ini sering kali mencapai ribuan atau jutaan tayangan, yang menjadi motivasi bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan dakwah di antara video mereka di akun Instagram. Menyampaikan dakwah melalui media sosial, terutama Instagram, telah menjadi

⁴⁰ Amalina.

tren karena efektifitasnya yang memungkinkan siapa saja melihat dan mendengar dakwah tersebut.

Salah satu pendakwah yang menggunakan Instagram untuk berdakwah adalah Ustadz Taqy Malik. Beliau mengunggah video dakwahnya di akun Instagramnya dan mendapat respons positif dari masyarakat. Terkadang, melalui video singkat, pesan dakwah dapat lebih mudah dipahami. Banyak konten video dakwah dari Ustadz Taqy Malik yang hanya berdurasi 30 detik namun sangat berkesan bagi yang menonton. Melalui Instagram, kita dapat mengakses konten dakwah tersebut dengan mudah di mana pun dan kapan pun. Kita bisa menemukan berbagai macam konten dakwah yang diinginkan dengan cara mencarinya melalui fitur pencarian di Instagram.

E. Akun Instagram @Taqy_Malik

Akun instagram @taqy_malik sering membagikan konten dakwah, *mini vlog traveling*, sambung ayat, bisnis, dan tentang Palestina. Akun instagram @taqy_malik memiliki 1.253 postingan, 2,5 juta pengikut, dan 1.135 mengikuti. Pada akun instagram @taqy_malik juga memiliki link untuk berdonasi yaitu hijrahpeduli.com/campaign/haramain yang dimana semua orang bisa berdonasi hanya dengan mengakses lewat link tersebut kemudian memasukkan nominal uang yang ingin di sumbangkan, tentu saja ini memudahkan masyarakat untuk berdonasi tanpa secara langsung ke tempat. Uang donasi tersebut di sumbangkan kepada anak yatim, orang fakir, dan Al-qur'an yang di sumbangkan ke tanah suci Mekah Madinah.

Dakwah di era digital saat ini menjadi menarik untuk diteliti, karena tren perubahan dakwah kian hari mengikuti perkembangan teknologi yang berkembang di zamannya. Dengan mengikuti perubahan zaman, perkembangan dakwah dapat lebih luas lagi dan bergerak seakan tanpa ada batas suku, bangsa dan agama. Semua pihak di belahan bumi manapun dapat mengaksesnya.