

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital sekarang, media sosial menjadi sarana utama komunikasi dan interaksi masyarakat. Instagram, sebagai salah satu platform yang paling populer, memungkinkan pengguna menyebarkan pesan dalam bentuk visual (gambar, video, dan infografis) yang lebih menarik dan mudah dipahami. Tingginya Pengguna Instagram di Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di dunia. Pemilihan media sosial Instagram dalam penelitian ini didasarkan pada tingkat popularitasnya yang sangat tinggi di kalangan remaja. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar sebagai sarana dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada generasi muda.

Peneliti ingin mengeksplorasi sejauh mana efektivitas platform ini sebagai media dakwah serta mengidentifikasi metode dakwah yang digunakan melalui media sosial tersebut. Berdasarkan data dari Upgraded.id, per Januari 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai sekitar 90 juta pengguna, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di dunia. Angka ini merepresentasikan sekitar 31,8% dari total populasi Indonesia, yang menunjukkan penetrasi media sosial yang sangat signifikan.

Pertumbuhan pesat jumlah pengguna Instagram ini tidak terlepas dari beberapa faktor, antara lain meningkatnya akses terhadap internet, penyebaran perangkat smartphone yang meluas, serta tingginya ketertarikan masyarakat terhadap konten visual yang ditawarkan platform ini. Sebagian besar pengguna Instagram berasal dari kelompok usia 18 hingga 24 tahun, yaitu kalangan remaja dan dewasa muda, yang merupakan kelompok sasaran utama dalam kegiatan dakwah berbasis digital. Oleh karena itu, Instagram dinilai sebagai platform yang relevan dan strategis untuk menjangkau serta menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada generasi muda masa kini.

Hal ini menjadikan Instagram sebagai media yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih aktif dalam menggunakan media sosial sekarang ini. Sehingga Generasi muda lebih tertarik dengan konten yang ringan, mudah diakses, dan dikemas dengan cara yang menarik. Dakwah melalui Instagram dapat menyajikan pesan-pesan keislaman dalam format yang lebih modern, seperti kutipan inspiratif, video pendek, dan ilustrasi menarik. Instagram memiliki berbagai fitur seperti Stories, Reels, IGTV, dan Live Streaming yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah secara interaktif dan dinamis. Akun @sangkabaik.official hadir sebagai salah satu wadah dakwah digital yang memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dengan pendekatan yang inspiratif, kekinian, dan sesuai dengan perkembangan zaman.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۝ ٧٠

يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۙ

فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ۝ ٧١

Artinya :

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki amal-amalmudan mengampuni dosa-dosamu..." → Dalam berdakwah melalui media sosial, kita harus menjaga kebenaran dan etika dalam menyampaikan pesan.

Surah Al-Ahzab (33:70-71)

Materi dakwah terdiri dari pesan-pesan yang berkaitan dengan dakwah Islam, yang perlu disampaikan oleh penyampai kepada audiens dakwah. Ini mencakup semua ajaran Islam yang terdapat dalam kitab suci dan sunnah Nabi. Tujuan dari pesan dakwah adalah agar pihak yang diajak bisa menerima dan mengikuti ajakan tersebut. Media dakwah adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan materi ajaran Islam kepada audiens. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah mencakup segala hal yang bisa digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan.¹

Media yang sangat digemari pada saat ini ialah media sosial Instagram. Media sosial sendiri merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat cepat dan pesat dalam perkembangannya. Yang artinya media merupakan saluran komunikasi yang menyampaikan pesan melalui

¹ Asmuni Syukir, *Dasar Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya.

komunikator kepada khalayak dan memberikan suatu pesan yang dapat dipahami dengan menyampaikan isi materi yang terdiri dari video, gambar maupun tulisan yang ada di internet atau instagram.

Menurut pengguna media sosial, Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video. Aplikasi ini masih terhubung dengan Facebook, sehingga teman-teman di Facebook dapat mengikuti akun Instagram kita. Dengan popularitasnya sebagai aplikasi untuk berbagi foto, banyak pengguna yang terlibat dalam bisnis online mulai mempromosikan produk mereka melalui Instagram. Nama Instagram berasal dari dua kata, yaitu “insta” yang berarti instan dan “gram” yang berakar dari telegram. Dari nama tersebut, bisa diartikan bahwa Instagram berfungsi untuk memberikan informasi atau membagikan foto dengan cepat kepada orang lain.²

Pada tanggal 3 April 2013, Instagram mencapai momen penting karena resmi hadir di *platform* Android. Pengguna awalnya berjumlah 30 juta, namun angka ini meningkat menjadi 31 juta hanya dalam waktu 12 jam dan terus bertambah. Kenaikan ini membuat nilai Instagram sebagai layanan berbagi foto semakin tinggi. Banyak orang menggunakan Instagram karena cara yang mudah dan cepat untuk mengunggah foto-foto menarik. Pengguna dapat menikmati filter yang mengubah nuansa dan memberikan tampilan berbeda pada foto mereka. Instagram juga menawarkan cara baru untuk

²Silvina Mayasari, Clavinda Indraswari, “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepala Masyarakat” *Jurnal Komunikasi*, Vol 9, No 2, Tahun 2018

berinteraksi melalui foto di jejaring sosial. Dengan konsep “*follow*” dan fitur menyukai foto, popularitas Instagram terus berkembang.³

Pada penggunaan akun instagram di @sangkabaik telah bergabung pada bulan Oktober 2019, akun berlokasi di Indonesia yang terletak di Taras Sangkabaik di Banjarbaru. Sebelumnya akun instagram pernah mengganti nama akun dan sekarang menjadi nama akun @sangkabaik.official.⁴

Pengguna smartphone kini lebih suka mengambil gambar. Namun, Instagram tidak hanya dibuat sebagai aplikasi foto, tetapi juga sebagai cara baru untuk berkomunikasi melalui gambar yang berbeda. Aplikasi pengolah foto merupakan alat. Instagram berfungsi sebagai aplikasi untuk berbagi foto dan mengambil gambar atau foto, yang menggunakan filter digital untuk mengubah efek tampilan foto, serta membagikannya ke berbagai media sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Media dakwah bertugas menyampaikan pesan dakwah sehingga *mad'u* bisa memahami dan mengerti dengan baik. Di masa lalu, para dai sangat menjaga etika dan peraturan yang harus diikuti saat berdakwah. Media dakwah tidak boleh bertentangan dengan kitab dan sunah. Untuk media dakwah berfungsi dengan efektif, ia perlu menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, dan mitra dakwah.

Karena proses penyampaian agama tanpa media belum dapat mencapai hasil yang optimal, media dalam dakwah tidak hanya berfungsi

³ Irawan Soeharto. *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008),

⁴ Organisasi keagamaan, *Penelitian Akun Instagram @sangkabaik.official* (Taras Sangkabaik Banjarbaru 2019)

sebagai alat atau sistem, tetapi juga dianggap sebagai strategi untuk meningkatkan efektivitas dakwah. Dari beberapa pendapat para ahli yang telah disebutkan, kita bisa mengartikan bahwa media dakwah mencakup semua hal yang digunakan atau mendukung penyampaian pesan kepada audiens.

Penerapan dalam media sosial dapat membantu meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyajikan media sosial yang relevan, inspiratif, dan bermanfaat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu. Maka dari itu peneliti membuat judul “Efektivitas Media Sosial *Instagram* Dalam Penyebaran Pesan Dakwah @Sangkabaik.official Banjarbaru.”

B. Fokus Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan diatas, maka permasalahan pokok yang dibahas dalam penelitian ini adalah Teknologi kecerdasan buatan dalam media sosial. Penulis merumuskan hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas akun Instagram @sangkabaik.official dalam menyebarkan pesan dakwah melalui media sosial Instagram?
2. Bagaimana persepsi audiens terhadap penyebaran pesan dakwah yang dilakukan melalui akun *Instagram* @sangkabaik.official?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui efektivitas media sosial dalam penyebaran pesan dakwah.
2. Untuk mengetahui persepsi audiens dalam penyebaran pesan dakwah di akun @sangkaibai.official.

D. Signifikan Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian Teori ini menilai seberapa baik pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan berdampak pada audiens. Efektivitas komunikasi dakwah melalui Instagram dapat diukur dengan: Pemahaman audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Respon dan keterlibatan (*engagement*) seperti like, komentar, dan share. Perubahan sikap atau perilaku audiens setelah menerima pesan dakwah.

Penelitian ini bertujuan mengukur sejauh mana media sosial Instagram khususnya akun @sangkaibai.official efektif sebagai saluran penyebaran pesan dakwah di Banjarbaru, dengan tolok ukur teori efektivitas komunikasi, kegunaan media, serta respon khalayak.

Signifikan secara teoritis dalam beberapa aspek, melihat bagaimana pesan dakwah disampaikan melalui media sosial seperti Instagram dan bagaimana teori-teori komunikasi seperti teori model komunikasi. mempelajari interaksi sosial antara pengguna Instagram dan akun @sangkabaik.official dalam konteks penyampaian pesan dakwah. Teori-teori seperti teori interaksi simbolik atau teori jejaring sosial bisa diterapkan untuk memahami dinamika interaksi di platform tersebut. Memahami penggunaan Instagram sebagai media dakwah dalam konteks budaya digital dan media sosial. Teori-teori seperti teori kultivasi atau teori agenda setting dapat diterapkan untuk memahami bagaimana media sosial membentuk persepsi dan pemahaman masyarakat tentang agama. Penelitian yang mendalam dalam hal ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif dalam menyebarkan pesan dakwah serta implikasinya secara teoritis dalam skripsi yang berjudul “Efektivitas Media Sosial *Instagram* Dalam Penyebaran Pesan Dakwah @Sangkabaik.official Banjarbaru” (Efektivitas media sosial *instagram* dalam penyebaran pesan dakwah dalam akun *Instagram* @sangkabaik.official).

2. Secara Praktis

Terdapat beberapa penelitian secara praktis yang dapat diperoleh dari penerapan efektivitas media sosial instagram dalam penyebaran pesan dakwah @sangkabaik.official, dalam media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberi dengan mudah nya untuk bisa mengakses media sosial sekarang ini, maka tidak menutup kemungkinan kita sangat bisa dengan cepat menyebarkan pesan-pesan yang terkandung di dalam media sosial tersebut. Instagram memiliki kemampuan menjangkau audiens yang luas, termasuk anak muda dan pengguna aktif media sosial. Akun @sangkabaik.official dapat menyebarkan pesan dakwah ke berbagai kalangan tanpa batasan ruang dan waktu. Efektivitas bisa dilihat dari jumlah pengikut (*followers*), tayangan (*views*), dan *impressions* pada konten.

- a. Sosial media di akun Instagram @Sangkabaik.official, yang setiap postingannya memperoleh banyak pesan-pesan dakwah yang bisa di terima setiap waktu. Efektivitas media internet bisa digunakan sebagai media dakwah yang merupakan kesempatan dan tantangan untuk kalangan remaja dan memperluas jalan dakwah.
- b. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi umat islam dalam memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media sosial tersebut

sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah islamiyah. Karena pada dasarnya media sosial instagram pada masa kini lebih tertarik dengan sesuatu hal yang baru, dari pada dakwah dengan menggunakan tabligh yang sering kali orang-orang mengabaikannya atau menganggapnya remeh dan dinilai tidak kondusif, jadi media sosial bisa dikatakan solusi untuk pengembangan dakwah sebagai media dakwah masa kini.

- c. Penelitian ini juga memiliki manfaat praktis bagi remaja untuk menggunakan media sosial instagram dari berbagai topik, semisal: konten, video, dan siaran langsung. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, teknologi juga mengambil perannya. Saat ini tidak ada lagi pelosok dunia yang yang tidak terjangkau dan luput dari kecanggihan komunikasi. Disamping itu, perkembangan dalam bidang komunikasi telah memperpendek jarak antar wilayah. Salah satu kecanggihan komunikasi yang paling mutakhir adalah internet.

E. Definisi Operasional

1. Efektivitas Media Sosial

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Efektivitas dalam

penelitian ini diartikan sebagai sejauh mana media sosial Instagram akun @sangkabaik.official berhasil mencapai tujuan dakwah, yaitu menyampaikan pesan Islam secara tepat sasaran, dipahami, diterima, dan berdampak positif terhadap audiens. Daya tarik konten dakwah (visual, bahasa, gaya penyampaian). Pemahaman pesan oleh audiens (dilihat dari respon komentar atau hasil wawancara). Perubahan sikap/perilaku (minat terhadap dakwah, ikut kajian, sikap lebih religius). Tercapainya tujuan komunikasi dakwah (peningkatan ilmu agama, motivasi, dll). Dalam bahasa Inggris, kata media adalah bentuk jamak dari medium yang memiliki arti sebagai perantara, di antara, atau rata-rata. Media juga dapat diartikan sebagai alat atau cara yang dipakai untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada audiens.

Penggunaan Definisi operasional dari pengguna media sosial adalah cara spesifik untuk mengukur atau mendefinisikan variabel "pengguna media sosial" dalam penelitian atau studi tertentu. Ini mencakup pengembangan parameter yang jelas dan metode yang tepat untuk mengidentifikasi individu sebagai pengguna media sosial.⁵

2. Akun *Instagram*

⁵ Irzum Farihah, "Media Dakwah Pop", *eJurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol 1, No 2, Tahun 2013

Akun Instagram @sangkabaik.official dapat dirumuskan sebagai berikut: Frekuensi Posting Jumlah postingan yang dibagikan oleh akun @sangkabaik dalam rentang waktu tertentu, misalnya, satu minggu. *Instagram* adalah media sosial berbasis visual yang fokus pada foto, video, dan *caption*. Menurut Kaplan & Haenlein (2010), Instagram termasuk dalam kategori media sosial *content community*, di mana pengguna bisa berbagi konten kreatif dan mendapatkan respons dari audiens. Dakwah melalui Instagram memanfaatkan kekuatan visual untuk menarik perhatian dan menyentuh sisi emosional audiens.

Akun @sangkabaik.official berperan sebagai Media transformasi dakwah di era digital. Ruang komunitas virtual bagi muslim muda. Sumber konten positif berbasis nilai-nilai Islam. Strategi dakwah kekinian yang bersinergi antara desain, pesan, dan waktu tayang yang efektif. Tema Postingan Jenis konten yang dibagikan oleh akun @sangkabaik, seperti dakwah Islam, kutipan-kutipan dari Al-Quran atau Hadis, motivasi, atau pembelajaran agama. Instagram adalah media sosial yang digunakan oleh akun @sangkabaik.official untuk menyebarluaskan konten dakwah Islam kepada masyarakat. Fitur yang digunakan (postingan, *story*, reels, live, IGTV). Jumlah pengikut (*followers*). Frekuensi dan konsistensi unggahan konten dakwah. Jenis konten (motivasi Islami, ayat/hadis, video ceramah singkat, kutipan).

Jumlah dan jenis interaksi yang terjadi di postingan, seperti jumlah like, komentar, atau berbagi. Jumlah pengikut total adalah jumlah pengguna yang mengikuti akun @sangkabaik.official

Kualitas Konten Evaluasi subjektif terhadap kualitas konten yang dibagikan oleh akun.

Efek pesan dakwah pengaruh atau tanggapan dari pengikut akun terhadap pesan-pesan dakwah yang disebar, seperti apakah pesan tersebut menginspirasi perubahan sikap atau tindakan. Dengan menggunakan definisi operasional ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang spesifik dan relevan untuk mengevaluasi kinerja dan dampak akun @sangkabaik dalam menyebarkan pesan dakwah di platform Instagram.⁶

3. Penyebaran Pesan Dakwah

Pesan dakwah @sangkabaik.official dapat didefinisikan sebagai Isi atau materi yang disampaikan dalam pesan dakwah, seperti ayat-ayat Al-Quran, hadis, nasihat agama, cerita-cerita inspiratif, atau penjelasan tentang praktek-praktek keagamaan. Dakwah adalah proses komunikasi yang menyampaikan pesan-pesan Islam dari *da'i* kepada *mad'u* untuk mencapai perubahan perilaku. Dalam akun Instagram @sangkabaik.official, proses ini terjadi melalui konten visual, *caption inspiratif*, dan interaksi dengan followers. Ada beberapa bagian dakwah yaitu:

⁶ Aminuddin, "Media Dakwah" *Jurnal Media Dakwah*, Vol 9, No. 2, Tahun 2016, H

- a. **Da'i**: akun @sangkabaik.official sebagai pengirim pesan
- b. **Mad'u**: followers dan pengguna Instagram.
- c. **Pesan**: konten dakwah (quotes islami, hadis, ayat Al-Qur'an, refleksi kehidupan)
- d. **Media**: platform Instagram (feed, reels, story)
- e. **Efek**: perubahan wawasan, sikap, dan perilaku

Tujuan pesan adalah tujuan yang ingin dicapai melalui pesan dakwah. Misalnya, untuk pengetahuan, memotivasi, mengingatkan, atau membimbing pengikut untuk melakukan tindakan tertentu sesuai dengan ajaran agama. Gaya Komunikasi Cara atau gaya penyampaian pesan, apakah bersifat persuasif, informatif, inspiratif, atau pencerahan. Pesan disampaikan dalam bentuk teks, gambar, video, atau kombinasi dari berbagai media tersebut. Konsistensi dengan Ajaran Agama Evaluasi terhadap sejauh mana pesan dakwah sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran dalam agama yang bersangkutan.

Permasalahan yang dihadapi oleh audiens atau pengikut akun yang menyebarkan pesan dakwah. Dengan menggunakan definisi operasional ini, peneliti dapat mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik pesan dakwah yang disebarkan di berbagai media sosial di instagram, serta mengukur efektivitasnya dalam mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan dalam teori penyebaran ajaran agama.

4. Metode dakwah

Metode dakwah mengalami penyesuaian dengan karakteristik media. Adapun beberapa metode dakwah yang digunakan atau bisa dianalisis dalam akun @sangkabaik.official antara lain: Menyampaikan pesan dakwah melalui caption yang berisi Kutipan ayat Al-Qur'an atau hadis. Penjelasan keagamaan dalam bahasa yang ringan. Nasehat atau motivasi Islami. Caption yang singkat, padat, namun menyentuh secara emosional dan spiritual sangat efektif menarik perhatian pengguna. Metode Bil Lisan (Verbal).

Metode dakwah yang menggunakan kata-kata atau ucapan untuk menyampaikan pesan dakwah. Dan dapat dijadikan pembelajaran sebagaimana menyampaikan pesan dakwah yang baik, melalui video ceramah, reels, atau audio pendek yang disampaikan oleh ustadz/ustadzah. Metode Bil Hal (Keteladanan) Dakwah melalui perbuatan atau tindakan nyata yang menunjukkan nilai-nilai Islam secara praktis.

Contoh pada @sangkabaik.official. Kemudian dokumentasi kegiatan sosial, seperti berbagi takjil, santunan, aksi sosial ke masyarakat, yang menunjukkan nilai Islam secara nyata.

F. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti	Persamaan	Perbedaan

1	EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @Ahilmanfauzi) Zulhafiz Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia	Zulhafiz	Peneliti tentang Efektivitas Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ahilmanfauzi	Penelitian ini tentang Efektivitas Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ahilmanfauzi) penelitian ini tentang efektivitas media sosial instagram @sangkabai.k.official banjarbaru
2	ANALISIS RESEPSI REMAJA TERHADAP METODE DAKWAH MELALUI INSTAGRAM @SANGKABAI K.OFFICIAL	Nazwarina Saharani	Resepsi Remaja metode dakwah @sangkabai.k.official	Penelitian Nazwarina Saharani resepsi remaja metode dakwah @sangkabai.k.official Penelitian ini tentang Efektivitas media sosial dalam penyebaran pesan dakwah akun instagram @sangkabai.k.official banjarbaru
3	ANALISIS ISI PESAN DAKWAH	Shanti Octaviani	Peneliti tentang pesan dakwah pada akun	Penelitian Shanti Octaviani

	<p>PADA AKUN INSTAGRAM @quranreview. Shanti Octaviani, Pada tahun 2023 penulis, persyaratan untuk mendapatkan gelar strata satu di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.</p>		<p>instagram @quranreview</p>	<p>tentang Analisis isi pesan dakwah pada akun instagram @quranreview. Penelitian ini tentang Efektitas media sosial instagram dalam penyebaran pesan dakwah @sangkabai.k.official</p>
4	<p>PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH (Studi kasus akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad) Peneliti saudara Afif Abdul Rosid Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.</p>	<p>Afif Abdul</p>	<p>Penelitian tentang Pengaruh penggunaan studi (kasus akun instagram @kajian.ustadz.abdul somad)</p>	<p>Penelitian Afif Abdul tentang pengaruh penggunaan media terhadap akun instagram @kajian.ustadz.abdul somad. Penelitian ini tentang Efektivitas media sosial instagram dalam penyebaran pesan dakwah @sangkabai.k.official</p>
5	<p>PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN</p>	<p>Riska Indah Cahyani</p>	<p>Penelitian tentang Peran Media instagram akun</p>	<p>Penelitian Riska Indah Cahyani tentang</p>

<p>AKHYAR TV DALAM PENYEBARAN DAKWAH. Penulis bernama lengkap Riska Indah Cahyani, ada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Tercatat di salah satu perguruan tinggi yakni Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.</p>		<p>akhyar TV dalam penyebaran dakwah</p>	<p>peran media sosi instagram akun akhyar TV daam penyebaran dakwah. Penelitian ini tentang Efektivitas media sosial instagram dalam penyebaran pesan dakwah @sangkabai k.official</p>
--	--	--	--

G. Sistematika Penulisan

Pedoman Sistem penulisan pada penelitian ini bersumber pada pedoman karya ilmiah skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin tahun 2025 yang terdiri dari BAB I hingga BAB V tersusun secara sistematis. Untuk memperjelas isi setiap BAB, penulis menjelaskan sistem penulisan sebagai berikut: Pada bagian awal skripsi terdiri atas halaman sampul, halaman logo, halaman judul, halaman pernyataan keaslian tulisan, halaman bukti bebas plagiasi, halaman

persetujuan, halaman pengesahan, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman transliterasi, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman daftar lainnya.

BAB I yakni pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Pada BAB II yakni kajian teori membahas tentang tinjauan teori tentang permasalahan yang diteliti dan kerangka pemikiran.

BAB III yaitu metode penelitian memuat pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV yakni hasil penelitian dan pembahasan yang memuat hasil penelitian dan juga pembahasan.

BAB V yaitu penutup berisikan kesimpulan dan saran-saran. Pada bagian akhir skripsi terdiri atas daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup penulis.