

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Media merupakan salah satu unsur terpenting dalam kegiatan dakwah. Media sendiri berasal dari bahasa latin *medius* yang memiliki arti tengah, perantara atau pengantar. Bisa dikatakan bahwa media merupakan alat atau perantara untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.<sup>1</sup> Dalam penyampaian dakwah harus menggunakan media. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Salah satu media dakwah yang digunakan adalah media sosial, yang memberikan berbagai kemudahan, lebih cepat, simpel, dan luas. Peran media sosial dalam berdakwah kini juga menjadi sangat penting, melihat kondisi masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial. Media sosial yang dapat digunakan untuk berdakwah salah satunya adalah *Instagram*.<sup>2</sup>

*Instagram* merupakan aplikasi jejaring Media sosial yang membantu para pengguna untuk membagikan foto dan video, serta sebagai ruang interaksi antar sesama pengguna. *Instagram* didirikan di San Fransisco, Amerika Serikat oleh dua orang laki-laki bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger pada awal tahun 2010.

---

<sup>1</sup> Zida Zakiyatul Husna, "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram: Literature Review," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 198, [https://doi.org/10.32332/ath\\_thariq.v5i2.3539](https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i2.3539).

<sup>2</sup> Ahmad Zaki Abdul Aziz, "OPTIMASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH," *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 1, no. 4 (2020): 217, <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.52>.

*Instagram* berasal dari dua kata yaitu “Insta” dan “gram”, “insta” atau bisa juga “instan” hal ini dikarenakan *Instagram* adalah salah satu *platform* yang digunakan untuk berfoto dan membagikan foto kepada pengguna lain secara mudah dan instan. Sedangkan kata “gram” merupakan salah satu kata yang berasal dari “Telegram” yang dimana makna di dalamnya sama seperti Telegram yaitu jejaring sosial yang mampu mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, seperti itu pula *Instagram* yang mengirimkan informasi berupa foto atau video dengan cepat dan mudah.<sup>3</sup>

Fitur di *Instagram* yang sering digunakan para pendakwah dalam penyampaian dakwahnya adalah *Instagram Reels*. Akun @ahmadrisyad adalah salah satu contoh yang menggunakan *Instagram Reels* sebagai media penyebaran dakwah dengan topik-topik menarik berdasarkan kehidupan nyata. Video yang berdurasi 1-2 menit tersebut dikemas dengan gaya yang santai, lugas tapi penuh makna, dengan tujuan untuk memberikan ketenangan hati dari nasihat serta pesan yang disampaikan oleh Ayah. Video Reels ini menampilkan dialog antara ayah dan anak, yang berisi diskusi dengan berbagai topik tentang kehidupan sehari-hari, seperti hubungan keluarga, agama, pernikahan, pendidikan anak, serta motivasi hidup yang semuanya dilihat dari nilai-nilai ajaran Islam.

Di dalam video singkat tersebut Risyad selaku seorang anak sering mengajukan beberapa pertanyaan ataupun topik yang relevan dengan kehidupan nyata orang-orang, dan ayahnya akan memberikan nasihat berdasarkan pada

---

<sup>3</sup> Annisa Nindya, “Pengaruh Penggunaan Fitur Reels Pada Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi TMLST: Survei Pada Pengikut Akun Instagram @tmlstcollectivespace,” *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 29, no. 2 (2023): 114 & 115, <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i2.3466>.

pengalaman hidup, pendapat pribadi, dan ajaran-ajaran keagamaan. Beberapa video yang diunggah juga berisi *reaction* terhadap video-video yang sedang viral. Sang ayah akan memberikan pendapatnya disertai dengan nasihat yang mengandung nilai-nilai ajaran keagamaan.

Atas hal itu, akun ini sering menggunakan tagar #nasihatayah sebagai satu pendekatan yang unik dan mengena sekaligus menjadi identitas konten video dari akun @ahmadrisyad. Pesan-pesan dakwah dalam video ini dikemas seolah-olah berasal dari sosok seorang ayah yang memberikan nasihat kepada anaknya. Selain itu, bahasa yang digunakan juga jelas dan sederhana, mampu ditangkap dan dicerna oleh para *audiens* dari kalangan muda maupun orang tua. Akun @ahmadrisyad dengan tagar #nasihatayah berusaha menyeimbangkan antara aspek pendidikan agama dengan nilai-nilai kehidupan yang aplikatif. Pesan-pesan yang disampaikan melalui video singkat ini mencakup berbagai tema, mulai dari moralitas, motivasi hidup, hingga bagaimana menghadapi masalah sehari-hari dengan sikap yang baik dan sesuai dengan ajaran Islami.

Berdasarkan metode dakwah, gaya penyampaian yang dilakukan oleh Ayah dalam video #nasihatayah merupakan bentuk nyata dari implementasi metode *Mau'izhatul Hasanah*. Pendekatan ini selaras dengan perintah Allah dalam surah An-Nahl ayat 125 yang menegaskan urgensi penyampaian pesan melalui pengajaran yang baik, Allah berfirman dalam Q.S, An-Nahl/16: 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan ialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”

Merujuk pada ayat tersebut, terdapat tiga metode utama berdakwah yaitu *Al-Hikmah*, *Al-Mujadalah*, dan *Mau'izhatul Hasanah*. Dalam perspektif dakwah, konten #nasihatayah secara spesifik merepresentasikan metode *Mau'izhatul Hasanah*. *Mau'izhatul Hasanah* merupakan pengetahuan dan nasihat yang hebat, yang membuat seseorang menjauhkan diri dari perbuatan buruk melalui *tarhib* (dorongan) dan *targhib* (motivasi) yang dapat menyentuh hati dan memberikan kesan yang mendalam di hati sanubari, sehingga memiliki kelembutan hati dan memperbaiki kualitas diri dalam perilakunya sehari-hari.<sup>4</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, alasan kenapa konten dari Ahmad Risyad menarik daripada konten lain adalah karena ada sosok ayah di dalamnya. Jika di konten-konten video lain yang berisi tentang dakwah banyak memuat para ustadz maupun ustadzah, berbeda dengan video #nasihatayah pada akun @ahmadrisyad yang memunculkan sosok ayah sebagai sosok bijaksana dalam menyampaikan nilai ajaran keagamaan. Menurut pada observasi yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa konten kreator yang memunculkan sosok ayah di dalam video mereka termasuk ayah kandung, namun mereka hanya memperlihatkan sosok ayah pada beberapa video saja. Berbeda dengan Ahmad Risyad yang menampilkan sosok ayah pada setiap videonya. Kehadiran sosok ayah dalam video memberikan sebuah

---

<sup>4</sup> Nuruly Masum Aprily et al., “Implementasi Metode Mau'izhotul Hasanah Dalam Mengembangkan Pendidikan Karakter: Suatu Studi Kasus Longitudinal,” *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 6, no. 1 (2021): 126, [https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2021.vol6\(1\).6824](https://doi.org/10.25299/al-thariqah.2021.vol6(1).6824).

perasaan emosional yang kuat dan mengena di hati, menggambarkan nilai-nilai kasih sayang, bimbingan, dan keteladanan dalam keluarga. Dalam ranah keluarga sendiri, ayah bertanggung jawab secara primer terhadap kebutuhan finansial keluarga. Keterlibatan ayah sering kali digambarkan dengan jumlah waktu yang ayah habiskan bersama dengan anaknya atau interaksi langsung antara ayah dan anak.<sup>5</sup>

Akun Ahmad Risyad dengan menggunakan tagar #nasihatayah adalah salah satu contoh konten video yang mengimplementasikan strategi penyampaian pesan yang relevan bagi *audiens* agar memahami nasihat serta pesan dakwah yang disampaikan. pesan dakwah dalam video nasihat ayah dikemas melalui video singkat yang tidak hanya berfokus pada aspek sugesif tetapi juga mengandalkan elemen visual naratif yang bersifat emosional dengan menghadirkan sosok ayah sebagai figur bijak dalam memberikan nasihat. Disampaikan secara sederhana dan dapat dimengerti oleh semua kalangan sehingga menjadikan konten nasihat ayah sebagai salah satu konten yang bernilai positif. Pesan-pesan dakwah yang ada didalam konten tersebut mengalir bersamaan dengan narasi sugestif yang disampaikan oleh tokoh ayah.

Penyajian konten agama di *media sosial* membutuhkan strategi inovatif yang mengutamakan pendekatan visual dan *story telling* agar dapat bersaing ditengah konten digital yang beragam. Penerapan teknik *branding* melalui hashtag

---

<sup>5</sup> Yupi Anesti and Mirna Nur Alia Abdullah, "Fenomena Fatherless: Penyebab Dan Konsekuensi Terhadap Anak Dan Keluarga," *WISSEN : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 2, no. 2 (2024): 36, <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i2.105>.

konsisten seperti #nasihatayah mampu meningkatkan daya tarik konten dakwah melalui pendekatan yang lebih emosional dan tematik.

Dalam dakwah di era digital, strategi penyampaian pesan memiliki peranan yang sangat penting untuk menjangkau *audiens* secara efektif. Strategi mencakup cara penyusunan pesan berdasarkan pada gaya bahasa, topik yang disampaikan, visualisasi yang digunakan, hingga pendekatan personal yang menjadi karakter di media sosial. Salah satu bentuk strategi dakwah yang menarik adalah pendekatan personal antara seorang ayah dan anak seperti yang ada didalam video singkat dengan memuat caption hashtag #nasihatayah di akun *Instagram* @ahmadrisyad. Di dalam video tersebut berisi tentang nilai-nilai keislaman yang dikemas dalam dialog sederhana namun penuh makna, membuat pesan dakwah yang disampaikan terasa dekat dan *relatable* dengan kehidupan sehari-hari.

Video singkat #nasihatayah menunjukkan penerapan retorika yang efektif berdasarkan tiga pilar retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Unsur *logos* tercermin melalui sosok ayah yang menyampaikan pendapat serta nasihat secara logis dan rasional. Sementara itu, unsur *pathos* tampak dari hubungan kekeluargaan yang erat antara kedua tokoh, sehingga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Selain itu, karakter ayah yang tenang dan bijaksana, serta Ahmad Risyad yang ceria, menciptakan suana yang hangat dan menyenangkan. Kehadiran humor ringan dalam interaksi keduanya semakin memperkuat daya tarik emosional yang disampaikan. Adapun unsur *ethos* terlihat dari karakter dan kredibilitas yang ditampilkan oleh kedua tokoh, khususnya sosok ayah yang konsisten menunjukkan sikap bijaksana dan penuh keteladanan.

Hubungan keluarga yang *autentik* dan harmonis juga memperkuat daya tarik karakter yang menjadi salah satu aspek penting dalam *ethos*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa video singkat #nasihatayah telah menerapkan ketiga pilar retorika Aristoteles secara seimbang dan harmoni, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Akun @ahmadrisyad sendiri sudah memiliki satu juta pengikut di *Instagram*, hal ini membuat akun @ahmadrisyad masuk pada jajaran akun-akun yang menginspirasi dan memberikan dampak positif bagi para penontonnya. Melalui video-video singkat tersebut dapat diperoleh pesan-pesan nasihat dari sosok ayah yang begitu menginspirasi. Meskipun banyak sekali penelitian yang mengangkat tema dakwah di media sosial, tetapi kebanyakan dari penelitian tersebut hanya membahas isi atau analisis pesan, bukan strategi penyampaiannya. Belum banyak yang mengkaji bagaimana pesan dakwah dikemas dalam sebuah video yang mana didalamnya berisi dialog pendekatan personal dengan narasi motivatif seperti yang terdapat dalam konten video #nasihatayah. Oleh karena itu, penelitian ini dibuat untuk menggambarkan dan mendeskripsikan strategi penyampaian pesan dakwah melalui pendekatan personal di era digital.

Penelitian ini berfokus pada video-video singkat pada akun @ahmadrisyad dengan *caption* di setiap videonya yang menggunakan hashtag #nasihatayah. Sosok ayah yang mendominasi video tersebut menjadi suatu pendekatan yang berbeda dari konten-konten dakwah yang lain. Sosok Ahmad Risyad sebagai seorang anak yang bertanya tentang huru-hara kejadian peristiwa yang ada di kehidupan sehari-hari kepada ayahnya, kemudian ayahnya memberikan pendapat berdasarkan pada

pandangan personal, pengalaman pribadi, dan nilai-nilai ajaran keagamaan. Pesan-pesan dakwah yang dikemas secara sugestif bersamaan dengan motivasi kehidupan yang inspiratif dan reflektif terkait masalah kehidupan nyata dan menjadi strategi yang efektif di Media sosial karena *relate* dengan keadaan para *audiens*. Nasihat dari seorang ayah ini dalam video singkat tersebut memberikan efek yang lebih kompleks dan mengena secara emosional kepada para *audiens*. Berdasarkan pemaparan penjelasan diatas peneliti ingin mengkaji strategi penyampaian pesan dakwah yang ada di dalam video @ahmadrisyad dengan caption #nasihatayah pada setiap videonya hingga akhirnya peneliti mencetuskan judul penelitian : **Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Video #nasihatayah Pada Akun Instagram Ahmad Risyad.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi penyampaian pesan yang ada di dalam video singkat #nasihatayah melalui pengemasan konten di media sosial *Instagram*?
2. Bagaimana strategi komunikasi yang ada didalam video singkat #nasihatayah pada akun *Instagram* Ahmad Risyad?
3. Bagaimana penggunaan retorika dakwah dalam video singkat #nasihatayah pada akun *Instagram* Ahmad Risyad?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana strategi penyampaian pesan yang ada dalam video singkat #nasihatayah melalui pengemasan konten di media social *Instagram*
2. Mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang ada didalam video singkat #nasihatayah pada akun *Instagram* Ahmad Risyad
3. Mengetahui bagaimana penggunaan retorika dakwah dalam video singkat #nasihatayah pada akun *Instagram* Ahmad Risyad

#### **D. Signifikansi Penelitian**

##### **A. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan bagi seluruh kalangan tentang peran Media sosial sebagai media penyampaian dan penyebar dakwah yang memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan keagamaan secara luas. Penelitian ini juga diharapkan sebagai referensi ilmu dakwah di kalangan mahasiswa dan masyarakat serta penambah khazanah keilmuan dan informasi di bidang dakwah bagi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

##### **B. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membuka pandangan para da'i dan praktisi tentang karakteristik dan dampak konten dakwah di Media sosial yang lebih efektif dalam menyampaikan dan menyebarkan pesan keagamaan kepada masyarakat luas dan memberikan insight strategi dakwah untuk konten kreator Muslim. Penelitian ini juga diharapkan sebagai pembuka sudut pandang bagi masyarakat mengenai dakwah di

Media sosial serta pemahaman tentang isi dari video-video singkat yang ditampilkan di Media sosial. Membantu masyarakat dalam mencari dan menemukan salah satu konten yang menginspirasi dan bernilai positif.

### C. Definisi Istilah

#### 1. Strategi Penyampaian

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan “*again*” yang artinya memimpin. Dengan demikian Strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Kemudian muncul kata strategis yang artinya pemimpin tentara tingkat atas, jadi strategi adalah konsep suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Strategi merupakan sejumlah langkah-langkah atau suatu tindakan yang direkayasa sedemikian rupa untuk mencapai suatu tujuan atau sasaran tertentu. Pengertian strategi menurut Muhaimin Syah adalah dapat diartikan sebagai suatu siasat atau rencana.<sup>6</sup>

Strategi penyampaian adalah suatu pendekatan atau cara yang dimanfaatkan dalam menjelaskan pesan dakwah kepada *audiens* agar dapat diterima secara efektif. Dalam penelitian ini, strategi penyampaian dianalisis melalui tiga aspek utama. Pertama, pengemasan konten pada media social *Instagram* yang mencakup pemanfaatan berbagai fitur *Instagram*, visualisasi yang ditampilkan, serta elemen-elemen teknis yang terdapat dalam video. Kedua, strategi komunikasi yang diterapkan dalam

---

<sup>6</sup> Ira K. Rahmawati, *STRATEGI KOMUNIKASI ISLAM Dalam Pembinaan Karakter Santri* (CV. Literasi Nusantara Abadi, 2023), 5.

video, yang meliputi gaya komunikasi, bentuk komunikasi, dan jenis komunikasi yang digunakan dalam video singkat #nasihatayah. Ketiga, pendekatan retorika yang ditemukan dalam video singkat #nasihatayah.. hasil observasi menunjukkan adanya penerapan tiga pilar retorika Aristoteles, yaitu karakter atau kredibilitas komunikator (*ethos*), daya Tarik emosional (*pathos*), dan logika atau argumentasi rasional (*logos*) yang terintegrasi dalam penyampaian pesan pada video tersebut.

## 2. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah sesuatu yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana tanpa adanya suatu paksaan yang bersumberkan pada alquran dan sunnah.<sup>7</sup> Pesan dakwah secara umum diklasifikasikan menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

- a. Pesan Akidah: Akidah islam adalah suatu aspek keyakinan terhadap islam. Akidah dalam islam menyangkut keimanan atau keyakinan terhadap Allah yang menciptakan alam semesta dan seluruh isinya dengan segala sifat maupun perbuatan-Nya.<sup>8</sup> Pada video singkat #nasihatayah, pesan Akidah disampaikan dalam pembahasan tentang keesaan Allah, tawakal kepada Allah, dan ikhlas menerima takdir

---

<sup>7</sup> Mohammad A. Aziz, *ILMU DAKWAH Edisi Revisi* (Kencana, 2004), 14.

<sup>8</sup> Nana Aminah, *Studi Agama Islam* (Remaja Rosdakarya, 2014), 53 & 56.

- b. Pesan Syariah: Syari'ah merupakan peraturan-peraturan atau sistem yang disyariatkan Allah SWT untuk umat manusia agar tidak terperosok pada keburukan.<sup>9</sup> Pada video singkat #nasihatayah pesan syariah disampaikan dalam pembahasan tentang tata cara ibadah, aturan hukum Islam, kewajiban agama, dan tuntutan fiqh praktis.
- c. Pesan Akhlak: Secara terminologi akhlak adalah suatu keinginan yang ada didalam jiwa yang akan dilakukan dengan perbuatan tanpa melibatkan akal dan pikiran. Atau, dengan kata lain akhlak adalah sifat yang melekat dalam jiwa seseorang yang menjadikan seseorang itu dengan mudah melakukan sesuatu tanpa banyak pertimbangan.<sup>10</sup> Pada video singkat #nasihatayah pesan akhlak disampaikan dalam pembahasan budi pekerti, adab anak kepada orang tua, cara mengelola emosi, menjauhi penyakit hati seperti iri dan dengki serta hubungan sosial yang baik.

Pesan dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pesan-pesan yang dikemas dalam narasi yang disampaikan secara lisan melalui video singkat di *Instagram* pada akun @ahmadrisyad dengan penambahan elemen caption #nasihatayah.

---

<sup>9</sup> Muhammad Munir and Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Kencana, 2006), 21 & 35.

<sup>10</sup> Retno Widiyastuti, *Kebaikan Akhlak Dan Budi Pekerti* (ALPRIN, 2010), 2.

### 3. *Instagram*

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video, *Instagram* juga memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter, dan membagikannya ke pengguna lain hingga ke berbagai layanan Media sosialnya. *Instagram* juga memiliki beberapa fitur dengan tampilan yang menarik seperti *reels*, *comment*, *like*, *hashtag*, dan *share* yang dapat digunakan oleh sesama pengguna *Instagram* ataupun ke media sosial lain. Salah satu fitur berbagi video yang ada di *Instagram* yaitu *Reels*. *Reels* merupakan fitur *Instagram* yang memiliki peran atau fungsi tertentu sebagai sarana mengekspresikan diri melalui pembuatan video yang kreatif, inovatif, menghibur, informatif, dan menarik.<sup>11</sup>

Penelitian ini berfokus pada *Instagram* akun @ahmadrisyad yang memuat video-video singkat dengan caption yang disertai hashtag #nasihatayah. Dari keseluruhan unggahan pada akun tersebut, peneliti memilih 20 postingan yang mengandung pesan dakwah berdasarkan kriteria dan kualifikasi yang telah ditetapkan yaitu melalui *viewers* terbanyak. Data penelitian diperoleh melalui Teknik observasi dan dokumentasi terhadap 20 video terpilih. Selanjutnya, data tersebut dianalisis untuk mengetahui strategi penyampaian pesan dakwah yang digunakan meliputi pengemasan

---

<sup>11</sup> Nindya, "Pengaruh Penggunaan Fitur Reels Pada *Instagram* Terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi TMLST," 114 & 115.

konten di media sosial *Instagram*, strategi komunikasi, serta penggunaan retorika dakwah dalam setiap unggahan.

#### D. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa Karya Ilmiah yang relevan dengan topik yang akan dibahas pada penelitian ini. Adapun ringkasan-ringkasannya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

1	Nama dan Judul Skripsi	Siti Aisyah <sup>12</sup> , UIN Antasari Banjarmasin. Dengan Judul “ <i>Pesan Dakwah Dalam Media sosial Instagram (Studi Caption Akun Instagram @Ilovenyolnyol)</i> ”
	Hasil	Terdapat pesan-pesan dakwah pada akun @Ilovenyolnyol yang meliputi pesan dakwah Akidah, Syari’ah, dan Akhlak.
	Persamaan	Persamaan nya dengan penelitian penulis ialah pada tempat yang diteliti yaitu Media sosial <i>Instagram</i> .
	Perbedaan	Perbedaannya adalah pada Subjek penelitiannya yang dimana dalam penelitian ini Siti Aisyah meneliti akun <i>Instagram @Ilovenyolnyol</i> serta Objeknya penelitiannya yang dimana dalam penelitian ini objek nya lebih berfokus pada caption-caption yang mengandung pesan dakwah.
2	Nama dan Judul Skripsi	Ryan Hendra Pratama <sup>13</sup> , UIN Antasari Banjarmasin. Dengan Judul “ <i>Pesan Dakwah KH. Ahmad Zuhdiannoor Melalui Akun Instagram @Majelis_Banjarmasin</i> ”

<sup>12</sup> Siti Aisyah, “PESAN DAKWAH DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI PADA CAPTIONS AKUN INSTAGRAM @ilovenyolnyol),” *Dakwah dan Komunikasi*, July 25, 2022, <https://idr.uin-antasari.ac.id/20200/>.

<sup>13</sup> Ryan Hendra Pratama, “Pesan Dakwah Kh. Ahmad Zuhdiannoor Melalui Akun Instagram @Majelis\_Banjarmasin,” *Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, January 5, 2024, <https://idr.uin-antasari.ac.id/25954/>.

	Hasil	Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Pesan dakwah di akun @Majelis_Banjarmasin yang memposting KH. Zuhdiannoor yang dimana pada postingan tersebut terdapat pesan dakwah Akhlak, Syari'ah, dan Akidah.
	Persamaan	Persamaan penelitian ini terdapat pada metode penelitiannya yang menggunakan kualitatif dan pada tempat penelitiannya yaitu Media sosial <i>Instagram</i> .
	Perbedaan	Sedangkan, perbedaannya adalah pada Subyeknya yaitu akun <i>Instagram</i> @Majelis_Banjarmasin yang memposting tentang KH. Zuhdiannoor serta objek penelitiannya yang berfokus pada gambar yang berisikan pesan-pesan dakwah dari KH. Zuhdiannoor.
3	Nama dan Judul Skripsi	Fikri Nur Ihsan <sup>14</sup> , Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan Judul " <i>Strategi Komunikasi Interpersonal Dalam Menyiarkan Pesan Dakwah Di Media sosial Tiktok: Studi Kasus Pada Akun Tiktok @ahmadrisyad</i> "
	Hasil	Hasilnya adalah Ahmad Risyad secara konsisten menerapkan lima karakteristik komunikasi Interpersonal menurut DeVito (2018) yaitu Keterbukaan, Empati, Dukungan, Sikap Positif, dan Kesetaraan.
	Persamaan	Persamaannya ialah dari Subjek yang diteliti yaitu Ahmad Risyad
	Perbedaan	Perbedaannya adalah dari metode penelitian yang menggunakan studi kasus serta arah skripsinya yang menganalisis lebih dalam mengenai strategi komunikasi interpersonal yang dipakai oleh pembuat konten.

<sup>14</sup> Fikri Nur Ihsan, "STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENYIARKAN PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL TIKTOK : STUDI KASUS PADA AKUN TIKTOK @AHMADRISYAD" (S1, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2025), <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/52416/>.

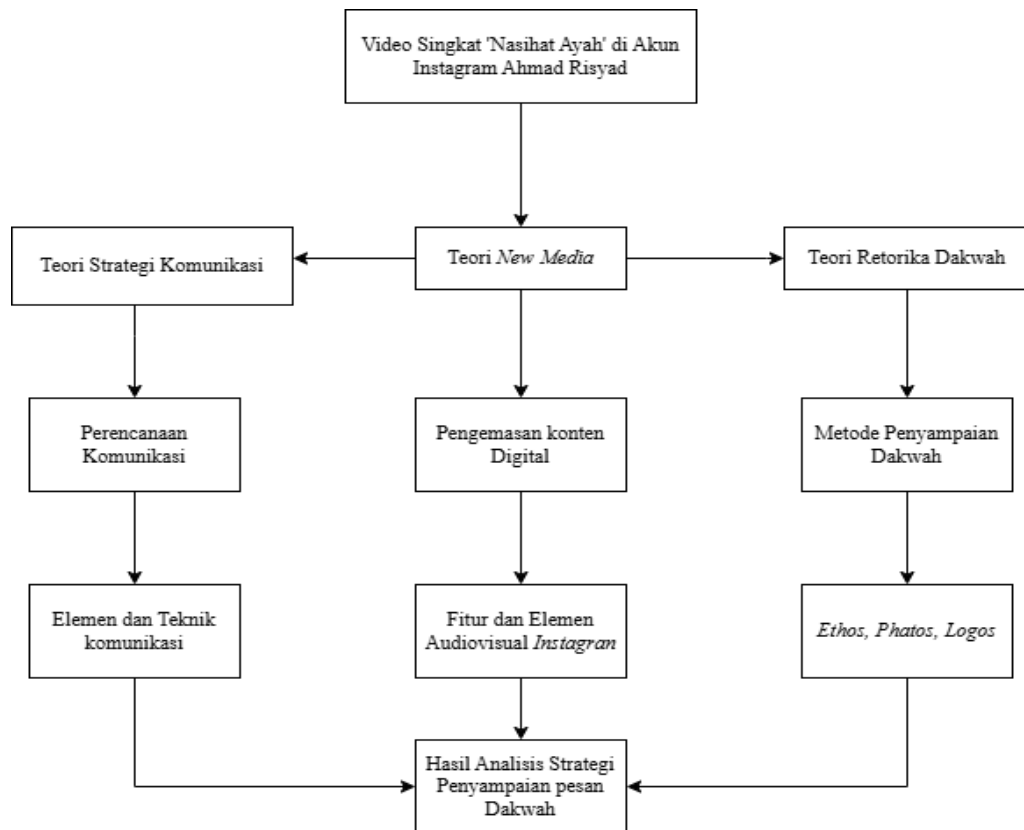
4	Nama dan Judul Skripsi	Dwi Nurul Ilmi <sup>15</sup> , UIN Sunan Gunung Djati Bandung. “ <i>Instagram Sebagai Media Dakwah Era Millenial: Studi Deskriptif Pesan dakwah Dalam Caption Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017</i> ”
	Hasil	Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa caption <i>Instagram @felixsiauw</i> periode Mei-juli 2017 terdiri dari 50 pesan dakwah yang berisikan tentang 24 pesan Akidah, 10 pesan Syari’ah, dan 16 pesan Akhlak.
	Persamaan	Persamaannya adalah pada tempat penelitiannya yaitu Media sosial <i>Instagram</i> .
	Perbedaan	perbedaannya adalah pada Subjek penelitiannya yaitu <i>@felixsiauw</i> serta pada Objek penelitiannya yang berfokus pada Caption saja, isu atau topik yang dibahas dalam penelitian ini juga berbeda dengan isu atau topik yang penulis gunakan.
5	Nama dan Judul Skripsi	Alim Yanis <sup>16</sup> , UIN Sunan Gunung Djati Bandung. “ <i>Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah: Studi Deskriptif Pada Akun @pelangiislam.</i> ”
	Hasil	Hasil dalam penelitian ini menjelaskan bahwa akun <i>@pelangiislam</i> menggunakan fitur video <i>Instagram</i> untuk menyampaikan pesan dakwah dengan jenis video yang berdurasi 60 detik. Materi yang disampaikan berupa materi tentang Akidah, akhlak, dan syari’ah.
	Persamaan	Persamaannya adalah pada tempat penelitiannya yaitu Media sosial <i>Instagram</i> .

<sup>15</sup> Dwi Nurul Ilmi, “Instagram Sebagai Media Dakwah Era Millenial: Studi Deskriptif Pesan Dakwah Dalam Caption Instagram @felixsiauw Periode Mei-Juli 2017” (Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati, 2018).

<sup>16</sup> Alim Yanis, “Vidgram Sebagai Sarana Media Dakwah: Studi Deskriptif Pada Akun @pelangiislam.” (Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati, 2019).

	Perbedaan	perbedaannya terletak pada Objek penelitiannya yang dimana penelitian ini mengangkat tentang media dakwah.
--	-----------	--

### E. Kerangka Teori



### F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penjelasan dalam penelaahan yang jelas bagi para pembaca dalam melihat penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan penelitian ini secara garis besar:

**BAB I Pendahuluan:** pada bagian ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, signifikansi, definisi istilah, penelitian terdahulu, kerangka teori, dan sistematika penulisan.

**BAB II Kajian Teori:** pada bagian ini berisi tentang teori-teori yang relevan dengan judul untuk mengembangkan penelitian ini.

**BAB III Metode Penelitian:** bagian ini berisi pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan:** bagian ini berisi hasil dari data-data yang telah dikumpulkan dan dianalisis disertai dengan pembahasannya.

**BAB V Penutup:** pada bagian akhir ini berisi kesimpulan dari hasil dan pembahasan mengenai judul dan topik yang diteliti.