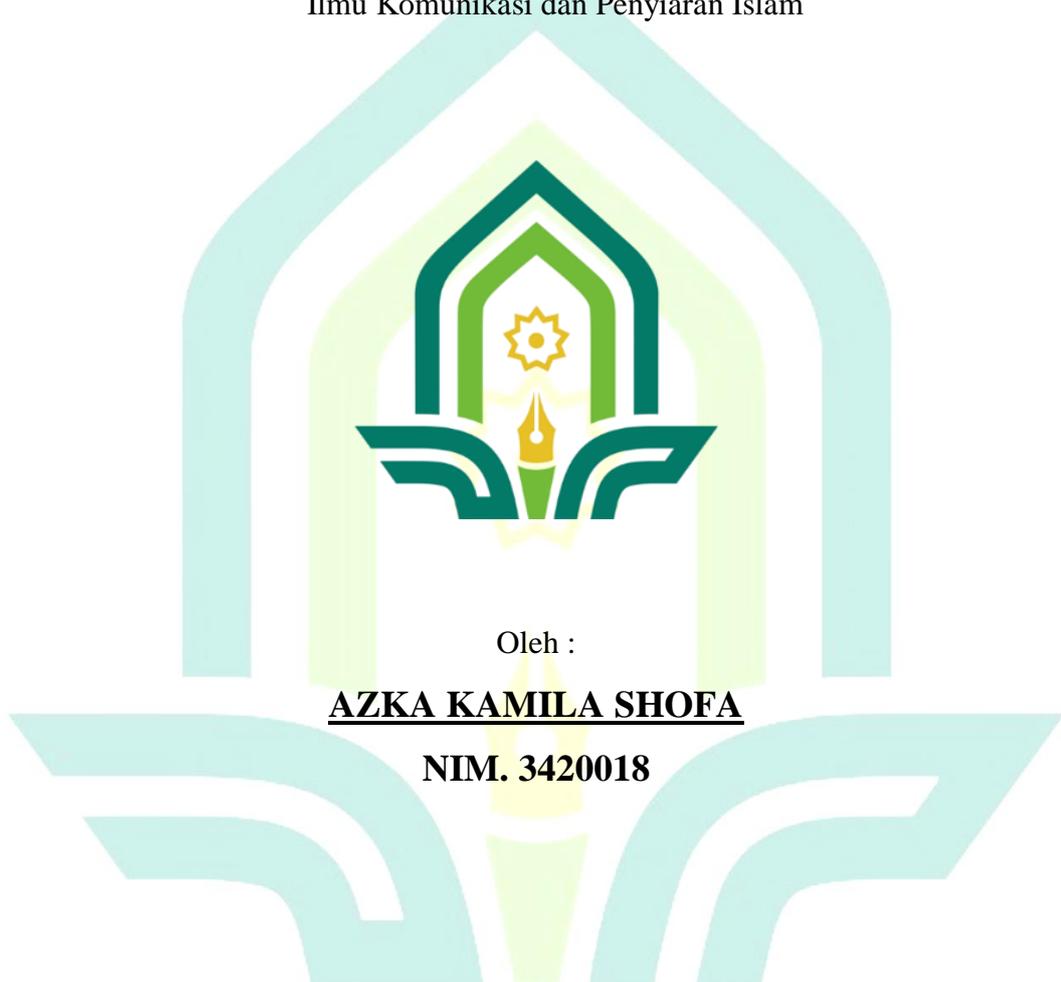


**DAKWAH DIGITAL FIQIH IBADAH SHOLAT
(STUDI NETNOGRAFI AKUN INSTAGRAM @anita.intan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Srata Satu (S1) dalam
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

AZKA KAMILA SHOFA

NIM. 3420018

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**DAKWAH DIGITAL FIQIH IBADAH SHOLAT
(STUDI NETNOGRAFI AKUN INSTAGRAM @anita.intan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Srata Satu (S1) dalam
Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

AZKA KAMILA SHOFA

NIM. 3420018

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Azka Kamila Shofa
NIM : 3420018
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“DAKWAH DIGITAL FIQIH IBADAH SHOLAT (STUDI NETNOGRAFI AKUN INSTAGRAM @anita.intan”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 22 Oktober 2024

Yang Menyatakan,


Azka Kamila Shofa
NIM. 3420018

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Hidayatullah, M. Sos.
Perum Griya Asa Cendekia No. H2-3, Sawah,
Wangandowo, Kec. Bojong, Kab. Pekalongan.

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Azka Kamila Shofa

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Azka Kamila Shofa
NIM : 3420018
Judul : **DAKWAH DIGITAL FIQIH IBADAH SHOLAT (STUDI NETNOGRAFI AKUN INSTAGRAM @anita.intan)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 22 Oktober 2024

Pembimbing,


Ahmad Hidayatullah, M. Sos.
NIP. 199003102019031013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **AZKA KAMILA SHOFA**
NIM : **3420018**
Judul Skripsi : **DAKWAH FIQIH IBADAH SHOLAT (STUDI
NETNOGRAFI AKUN INSTAGRAM @anita.intan)**

yang telah diujikan pada Hari Senin, 28 Oktober 2024 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Vyki Mazaya, M.S.I
NIP. 199001312018012002

Penguji II

Wirayudha Pramana Bhakti, M. Pd.
NIP. 198501132015031003

Pekalongan, 7 November 2024

Disahkan Oleh



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
س	Sa'	Ş	Es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zai	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Es
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ayn	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Wau	W	W

هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamza h	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a	ai = أي	أ = ā
إ = i	au = أو	إ = ī
و = u		ū = أو

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

jamīlah mar'atun = امرأة جميلة

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

Fatimah = فاطمة

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا = rabbanā
البر = al-birr

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu Contoh:

الشمس = asy-syamsu
الرجل = ar-rajulu
السيدة = as-sayyidah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan

sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر = al-qamar
البدیع = al-badī'
الجلال = al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / ' /.

Contoh:

أمرت = umirtu
شيء = syai'un

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWY karena dengan rahmat-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW . Dengan penuh rasa hormat serta segala terima kasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mashuri dan Ibu Siti Aisyah, terimakasih atas semua dukungan dan cinta kasih serta do'a restu yang selalu mengiringi langkah penulis dalam menempuh pendidikan hingga saat ini. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi serta meridhoi segala ketulusan dan membalasnya dengan kebaikan dunia maupun akhirat.
2. Kedua adik saya, Immaatul Auliya dan Izza Anafisatu Daniyah.
3. Dosen Pembimbing, Bapak Ahmad Hidayatullah, M.Sos.yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 yang telah kebersamai dalam masa perkuliahan selama 4 (empat) tahun.
5. Untuk diri saya sendiri, Azka Kamila Shofa terimakasih telah bertahan dan mau menyelesaikan berbagai tahapan dalam bangku perkuliahan hingga saat ini menyelesaikan penulisan skripsi dengan sebaik mungkin.
6. Untuk Egie Bagoes Irawan, sebagai pendamping penulis yang telah melewati terjalnya tahapan perkuliahan bersama hingga pada akhirnya menjadi pendukung penulis yang selalu menemani dan menjadi penasehat yang sabar ketika penulis merasa terpuruk dalam proses menyelesaikan skripsi.
7. Anita Intan Sari dan Reed Wanadi (Ridwan), yang telah memberikan penulis ide untuk melakukan penelitian terhadap akun dakwahnya.

MOTTO

“This don’t show past”

“Inipun akan segera berlalu”

(The Salomon Ring)



ABSTRAK

Shofa, Azka Kamila. 2024. Dakwah Digital Fiqih Ibadah Sholat (Studi Netnografi Akun Instagram @anita.intan). Skripsi Program Studi/Fakultas: Komunikasi dan Penyiaran Islam/Fakultas Ushuliddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan. **Pembimbing: Ahmad Hidayatullah, M. Sos.**

Kata Kunci: Dakwah Digital, Fiqih Ibadah Sholat, Studi Netnografi, Instagram

Dakwah dapat dimaknai sebagai upaya menghimbau orang lain atau masyarakat untuk mengikuti ajaran Islam. Menurut buku Ushul Fiqh, dakwah memiliki peraturan-peraturan terikat mengenai tatacara dalam melakukan proses berdakwah. Peran dakwah dalam era digital mengalami transformasi signifikan dengan adanya penetrasi media sosial. Model dakwah masa kini dapat diakses di berbagai tempat serta di berbagai waktu Munculnya berbagai macam media sosial seperti Instagram, memberikan kesempatan yang luas bagi para pendakwah untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Sering kita jumpai, biasanya dakwah yang membahas mengenai ilmu fiqih ini masih menggunakan metode tradisional seperti di masjid-masjid yang biasanya hanya dihadiri oleh para orangtua saja. Beda halnya dengan akun @anita.intan yang membawakan ilmu fiqih dengan cara modern atau digital. Semua kalangan dapat dengan mudah menjangkau akun @anita.intan untuk dapat belajar ilmu fiqih.

Penelitian kualitatif digunakan sebagai dasar dari penelitian dengan sumber informasi akun instagram @anita.intan. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis konten dan data yang ada pada ruang digital. Dimana data yang diperoleh akan dianalisis dan dikaitkan dengan teori SOR (stimulus, organisme, response). Hasil dari penelitian ini menunjukkan pesan dakwah fiqih ibadah dalam akun instagram @anita.intan melalui penyampaian yang sederhana namun mendalam, akun ini berhasil menyajikan beragam pandangan terkait hukum Islam, khususnya dalam konteks 4 mazhab yaitu Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hambali. Dengan mengacu pada dalil-dalil yang kuat dan menyajikan berbagai sudut pandang, akun ini tidak hanya memberikan panduan praktis dalam beribadah, tetapi juga menumbuhkan sikap toleransi dan kedewasaan dalam beragama. Keberadaan akun seperti ini sangat bermanfaat bagi generasi muda, terutama dalam membentuk pola pikir yang terbuka dan tidak terpaku pada satu pandangan saja. Berdasarkan pada transkrip data yang telah dianalisis ditemukan bahwa respon audiens dalam akun ini menunjukkan bahwa platform media sosial telah berhasil memosisikan diri sebagai wadah untuk mencari pengetahuan agama, berinteraksi, dan berbagi pengalaman. Audiens secara aktif mengajukan pertanyaan, berbagi pendapat, dan mencari klarifikasi mengenai berbagai aspek fiqih ibadah sehingga terciptanya budaya interaksi yang positif dengan melakukan diskusi dalam ruang digital.

KATA PENGANTAR

Segala puji kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang tak terhingga. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis bersyukur karena telah menyelesaikan skripsi dengan judul “DAKWAH DIGITAL FIQIH IBADAH SHOLAT (STUDI NETNOGRAFI AKUN INSTAGRAM @anita.intan)” dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh Sarjana Sosial (S,Sos) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya antara lain kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mashuri dan Ibu Siti Aisyah, terimakasih atas semua dukungan dan cinta kasih serta do'a restu yang selalu mengiringi langkah penulis dalam menempuh pendidikan hingga saat ini. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi serta meridhoi segala ketulusan dan membalasnya dengan kebaikan dunia maupun akhirat.
2. Kedua adik saya, Immaatul Auliya dan Izza Anafisatu Daniyah yang menjadi penghilang penat di rumah.
3. Dosen Pembimbing, Bapak Ahmad Hidayatullah, M.Sos.yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 yang telah kebersamai dalam masa perkuliahan selama 4 (empat) tahun.
5. Untuk diri saya sendiri, Azka Kamila Shofa terimakasih telah bertahan dan mau menyelesaikan berbagai tahapan dalam bangku perkuliahan hingga saat ini menyelesaikan penulisan skripsi dengan sebaik mungkin.
6. Untuk Egie Bagoes Irawan, sebagai pendamping penulis yang telah melewati terjalnya tahapan perkuliahan bersama hingga pada akhirnya

menjadi pendukung penulis yang selalu menemani dan menjadi penasehat yang sabar ketika penulis merasa terpuruk dalam proses menyelesaikan skripsi.

7. Anita Intan Sari dan Reed Wanadi (Ridwan), yang telah memberikan penulis ide untuk melakukan penelitian terhadap akun dakwahnya.

Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, semoga semua bantuan menjadi amal ibadah dan mendapat pahala yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi pembaca pada umumnya.

Pekalongan, 22 Oktober 2024

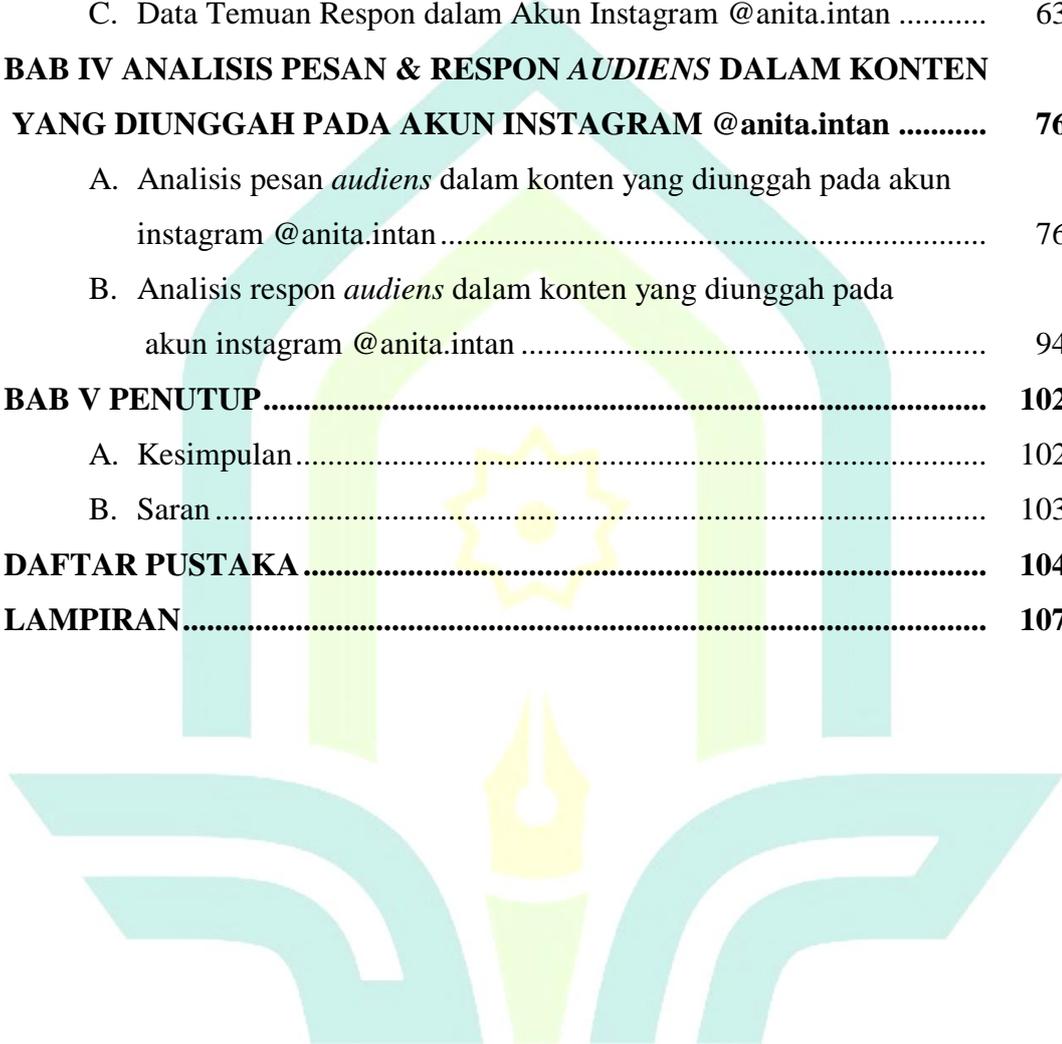
Azka Kamila Shofa

NIM. 3420018

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PENDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Kerangka Berfikir	15
G. Metode Penelitian.....	17
H. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II DAKWAH DIGITAL, FIQIH IBADAH SHOLAT, STUDI NETNOGRAFI, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, TEORI ANALISIS PESAN, TEORI SOR (STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE).....	23
A. Dakwah Digital.....	23
B. Fiqih Ibadah Sholat.....	32
C. Studi Netnografi	35
D. Media Sosial Instagram	39
E. Teori Analisis Pesan	44

F. Teori SOR (Stimulus, Organisme, Response).....	46
BAB III DATA TEMUAN DAKWAH DIGITAL FIQIH IBADAH SHOLAT DALAM AKUN INSTAGRAM @anita.intan.....	48
A. Profile Akun Instagram @anita.intan	48
B. Pesan Dakwah Fiqih Ibadah dalam akun @anita.intan dari Bulan Januari-Juli 2024.....	50
C. Data Temuan Respon dalam Akun Instagram @anita.intan	63
BAB IV ANALISIS PESAN & RESPON AUDIENS DALAM KONTEN YANG DIUNGGAH PADA AKUN INSTAGRAM @anita.intan	76
A. Analisis pesan <i>audiens</i> dalam konten yang diunggah pada akun instagram @anita.intan.....	76
B. Analisis respon <i>audiens</i> dalam konten yang diunggah pada akun instagram @anita.intan	94
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	107



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pesan Dakwah Sholat Ashar Memakai Do'a Qunut	48
Tabel 3.2 Pesan Dakwah Do'a Setelah Sholat	49
Tabel 3.3 Pesan Dakwah Mengucapkan Salam dalam Sholat	51
Tabel 3.4 Pesan Dakwah Mazhab dalam Sholat	52
Tabel 3.5 Pesan Dakwah Syarat Sah Menjadi Imam Sholat.....	53
Tabel 3.6 Pesan Dakwah Menelan Makanan saat Sholat.....	55
Tabel 3.7 Pesan Dakwah Gerakan Tambahan dalam Sholat.....	56
Tabel 3.8 Pesan Dakwah Anjuran Wanita Sholat Jamaah di Masjid.....	56
Tabel 3.9 Pesan Dakwah Menggulung Baju saat Sholat.....	57
Tabel 3.10 Pesan Dakwah Sholat Beda Mahzab.....	58
Tabel 3.11 Pesan Dakwah Gerakan Sujud	59
Tabel 3.12 Pesan Dakwah Niat Sholat dalam Hati	60
Tabel 3.13 Coding Respon Pertanyaan	61
Tabel 3.14 Coding Respon Cerita Pengalaman.....	63
Tabel 3.15 Coding Respon Tambahan Informasi	65
Tabel 3.16 Coding Respon Berterimakasih dan Bersyukur	68
Tabel 3.17 Coding Respon Saran.....	69
Tabel 3.18 Coding Respon Komentar Kebencian.....	71
Tabel 3.19 Coding Respon Hiburan.....	73

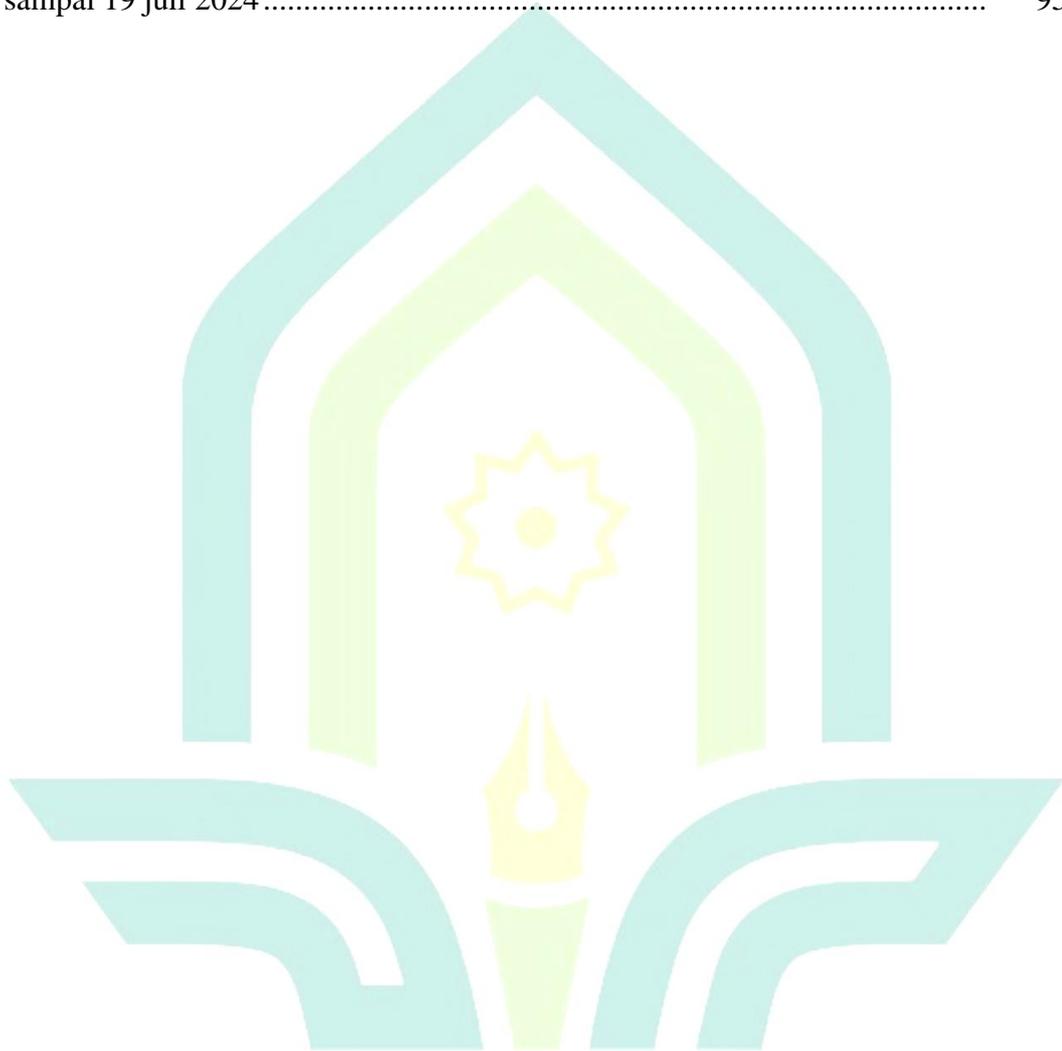
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2. Kerangka Berfikir.....	16
Gambar 3.1. Profile Akun Instagram @anita.intan.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Tabel Hasil Inisiasi, Investigasi, dan Interaksi pada akun Instagram @anita.intan	93
Lampiran 2 Video Instagram akun @anita.intan dari tanggal 4 januari 2024 sampai 19 juli 2024	95



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah dapat dimaknai sebagai upaya menghimbau orang lain atau masyarakat untuk mengikuti ajaran Islam. Menurut buku Ushul Fiqh, dakwah memiliki peraturan-peraturan terikat mengenai tatacara dalam melakukan proses berdakwah. Ada aturan yang bernama “*Ad am al-ikrah fi al-Harah*” yang dimaknai dengan menghindari kesulitan. Lalu ada “*Daf’u adh-Dharar wa al-Mafasid*” yaitu dakwah yang sengaja dilakukan sebagai bentuk penghindar dari kerusakan juga kemadaramatan, dan yang terakhir ada *Al- Tadarruj*, yaitu dakwah itu dilakukan secara bertahap dan berproses.¹

Dakwah mencakup segala kegiatan yang bertujuan untuk mendorong seseorang berbuat kebaikan dan menjauhi berabagi keburukan, baik secara lisan, tulisan, melalui rekaman kaset, maupun dengan memberikan contoh perbuatan dan akhlak yang mulia. Oleh karena itu, *tabligh* merupakan sebagian dari bentuk penerapan dakwah.² Dakwah merupakan bagian dari komunikasi, lebih tepatnya komunikasi persuasif, karena pada dasarnya Dakwah dapat dijabarkan sebagai sebuah proses ajakan, yakni membujuk, menghasut, maupun mempengaruhi orang lain

¹ Nurul Fajriani Mokodompit, ‘Konsep Dakwah Islamiyah’, *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.2 (2022), pp. 112–23.

² Muhammad Qadaruddin Abdullah, *PENGANTAR ILMU DAKWAH*, ed. by Qiara Media, 1st edn (CV Penerbit Qiara Media, 2019).

untuk mengimani serta mengamalkan ajaran agama Islam, namun jelas komunikasi sendiri belum tentu mengandung nilai-nilai dari dakwah.³

Peran dakwah dalam era digital mengalami transformasi signifikan dengan adanya penetrasi media sosial. Model dakwah masa kini dapat diakses di berbagai tempat serta di berbagai waktu. Hal tersebutlah yang disesuaikan dengan perilaku, sifat, maupun kebiasaan masyarakat saat ini yang tidak dapat dipisahkan dengan *smarthphone*. Fenomena ini memunculkan dinamika baru dalam menyebarkan perintah maupun nasihat terkait keagamaan dan nilai-nilai budi pekerti sesuai ajaran islam kepada masyarakat.⁴ Dengan munculnya kemudahan ini, banyak tersebarnya informasi dakwah yang tidak memiliki landasan yang jelas, sehingga diperlukan akun dakwah yang memuat konten dakwah dengan mengemasnya dalam bentuk yang mengikuti perkembangan zaman.

Munculnya berbagai macam media sosial seperti Instagram, memberikan kesempatan yang luas bagi para pendakwah untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Mengutip laporan dari *We Are Social* dalam web *dataindonesia.id*, disebutkan terdapat lebih dari seratus sembilan puluh satu pengguna aktif di banyak *platform* media sosial yang ada di Indonesia pada Januari 2022. Dibandingkan tahun lalu, jumlah tersebut meningkat sebanyak 12,35%. Jumlah pengguna media sosial kurang lebih mencapai

³ Kamaruzzaman, 'Epistimologi Kajian Dakwah Dan Ilmu Komunikasi', *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 12.1 (2022), pp. 72–90.

⁴ Reza Mardiana, 'DAYA TARIK DAKWAH DIGITAL SEBAGAI MEDIA', 10 (2020), pp. 148–58.

191 juta dimana saat ini media sosial terpopuler adalah WhatsApp dengan jumlah 88,7%, disusul Instagram 84,8%, lalu Facebook 81,3%, Tiktok 63,1%, dan Telegram 62,8%.⁵ Meskipun demikian, di balik banyaknya pengguna ini, terdapat banyak tantangan yang perlu dihadapi guna menjaga efektivitas dan kualitas dakwah dalam konteks digital.

Salah satu tantangan utama adalah mencapai keseluruhan generasi dengan cara yang relevan. Generasi digital memiliki ciri khas tersendiri dengan tingkat perhatian yang cenderung singkat dan kecenderungan untuk lebih responsif terhadap format konten yang menarik visual dan audio. Oleh karena itu, para pendakwah perlu menyesuaikan pendekatan mereka agar dapat merangkul seluruh spektrum usia dan lapisan masyarakat, dari yang muda hingga yang lebih tua. Mereka harus mampu mengemas dakwah dalam format yang tidak hanya mudah diakses, tetapi juga menarik bagi selera konsumen digital.⁶

Seiring dengan itu, perlu dibangun kontrol diri dan etika yang kuat diantara para pendakwah agar dakwah melalui media sosial tidak terjebak dalam narasi yang ekstrem atau merugikan. Meskipun banyak tantangan yang dihadapi, potensi positif dari dakwah melalui media sosial sangat besar. Pengguna platform digital dapat menjembatani jarak geografis,

⁵ Mukhlizar and Fitria Yuliani, 'Hoax Dan Tanggung Jawab Sosial Pengguna Sosial Media', *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6.2 (2023), pp. 461–66.

⁶ Tomi Hendra and Siti Saputri, 'Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial', *Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 16.2 (2020).

menggabungkan berbagai kelompok sosial, dan memberikan ruang bagi dialog lintas budaya.

Salah satu kendala dari belum terjangkaunya dakwah fiqih kepada generasi milenial dan generasi Z ini ialah metode dakwah yang belum sepenuhnya sesuai dengan karakteristik kedua generasi ini. Generasi milenial dan generasi Z cenderung lebih menyukai konten yang kreatif, visual, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Sementara itu, banyak konten dakwah fiqih di Instagram masih menggunakan metode konvensional yang lebih teks-sentris dan kurang interaktif. Selain itu, persaingan konten di media sosial yang sangat ketat juga menjadi tantangan tersendiri. Konten dakwah harus bersaing dengan berbagai jenis konten menarik lainnya, seperti konten hiburan dan konten informasi umum lainnya.⁷

Akun @anita.intan memiliki sekitar 138.000 pengikut dengan postingan sebanyak 900 lebih yang berisi konten-konten dakwah dengan tema “Drama Komedi Islami”. Akun ini milik pasangan suami istri asal Klaten, Jawa Tengah. Akun ini menarik karena mereka menyampaikan ilmu fiqih dengan menyajikan drama pendek tentang masalah yang sedang *trending*. Pola konten dari akun @anita.intan ini ialah menyajikan studi kasus yang ramai dibahas oleh kalangan netizen dan memberikan penjelasan singkat mengenai dalil-dalil yang shahih dan relevan dari permasalahan

⁷ Nurul Hidayatul Ummah, ‘Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital’, *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10 (2022), pp. 151–69.

yang diangkat sehingga menjadi penengah dari perdebatan. Dalam sekali posting akun @anita,intan ini mendapat puluhan ribu penonton dan ratusan like, bahkan puluhan komentar dari netizen/*mad'u*.

Metode netnografi bisa digunakan sebagai metode penelitian yang bisa berguna untuk melakukan proses identifikasi pola perilaku, pola kehidupan serta interaksi yang terdapat pada kehidupan secara “*digital*” di internet. Berkembangnya IPTEK menjadikan kehidupan sosial berkembang dan terjadi perubahan budaya. Orang-orang di media sosial, yang disebut pengguna Internet atau warganet berbagi perasaan, nilai, dan keyakinan dalam kehidupan sosial dan budaya serta menciptakan ide-ide baru.⁸

Penelitian melibatkan pengamatan terhadap konten yang disajikan, seperti teks, gambar, dan video, untuk memahami bentuk repon dan pola komunikasi dari akun @anita.intan. Selain itu, penelitian juga fokus pada pemahaman konteks budaya yang membentuk dakwah di akun tersebut, mencakup nilai-nilai dan norma-norma yang memengaruhi penyampaian pesan keagamaan.

B. Rumusan Masalah

Berikut penulis merumuskan masalah setelah adanya penjelasan masalah dalam latar belakang:

1. Bagaimana pesan dakwah fiqh ibadah dalam akun instagram @anita.intan?

⁸ Anang Sugeng Cahyono, ‘Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia’, *Publiciana*, 9.1 (2022).

2. Bagaimana respon *audiens* dalam setiap konten fiqih ibadah dalam akun instgram @anita.intan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu :

1. Untuk menjelaskan pesan dakwah fiqih ibadah dalam akun instgram @anita.intan
2. Untuk menganalisis respon *audiens* dalam setiap konten fiqih ibadah dalam akun instgram @anita.intan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis Penelitian

Manfaat dari penelitian ini ialah untuk memperkaya wacana keilmuan dalam bidang studi netnografi dalam lingkup platform media sosial.

2. Manfaat Praktis Penelitian

- a. Dari segi manfaat praktisnya, harapannya penelitian ini dapat membuka wawasan setiap orang yang membacanya dan kemudian menjadikan sosial media menjadi wadah yang baik agar menyebarkan kebaikan serta mampu menerapkan dakwah dalam bentuk visual khususnya kepada pengguna aplikasi Instagram. Kreativitas dan inovasi yang tercipta melalui aplikasi Instagram bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah.

- b. Sedangkan untuk manfaat yang diterima oleh peneliti tersendiri adalah supaya peneliti bisa memahami dakwah yang disampaikan kepada *audiens* sebagai *mad'u* yang ada dalam akun @anita.intan.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teori

a. Dakwah Digital

Secara harfiah dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang artinya panggilan, seruan, ajakan. Maksudnya adalah mengajak dan menyerukan atau menyampaikan kepada manusia agar mengakui Allah SWT sebagai Tuhan yang benar, lalu menjalankan kehidupan sesuai dengan ketentuan-ketentuan-Nya yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Sunnah.⁹

Sedangkan dakwah digital adalah upaya penyampaian pesan agama Islam melalui media digital. Ini merupakan bentuk adaptasi dari dakwah tradisional yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

b. Fiqih Ibadah

Secara etimologi, *fiqh* berasal dari kata *faqqaha yufaqqhihu fiqham* yang berarti pemahaman. Maksud dari pemahaman ini ialah tentang pemahaman agama Islam, yang

⁹ Qadaruddin Abdullah. "Pengantar Ilmu Dakwah" hlm.53

mana *fiqh* menunjukkan pada arti memahami agama Islam secara utuh dan komprehensif.¹⁰

Pada penelitian ini, istilah fikih ditujukan untuk ilmu pengetahuan yang tercakup di dalamnya hukum-hukum tentang keyakinan atau akidah, seperti kewajiban beriman, akhlak tasawuf dan amal perbuatan lahiriah, seperti sholat yang menjadi batasan masalah pada penelitian ini.

c. Studi Netnografi

Robert V. Kozinets secara luas diakui sebagai salah satu pencetus utama konsep netnografi. Dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, Kozinets merinci secara mendalam tentang bagaimana metode etnografi dapat diterapkan dalam konteks virtual. Ia menekankan pentingnya partisipasi aktif peneliti sebagai cara untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang budaya dan perilaku yang terjadi di dalamnya.¹¹

Netnografi adalah alat yang fleksibel yang dapat digunakan untuk mempelajari berbagai fenomena sosial dalam ruang digital. Meskipun sering dikaitkan dengan budaya dalam

¹⁰ Noor Harisudin, *Pengantar Ilmu Fiqih*, ed. by Ahmad Imam Mawardi, 7th edn (Penerbit Buku Pena Salsabila, 2019).

¹¹ Steeve A J Muntu, Joanne Pingkan M Tangkudung, and Leviane J H Lotulung, 'Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram', pp. 1–8.

media sosial, cakupan netnografi jauh lebih luas salah satunya yaitu pola interaksi sosial yang terjadi dalam ruang digital.¹²

d. Instagram

Media sosial Instagram menurut Kaplan & Haelein merupakan sebuah aplikasi dengan menggunakan basis internet dan teknologi yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *usergenerated content*. Penggunaan fitur-fitur Instagram saat ini banyak dipakai oleh pengguna Instagram khususnya para da'i.¹³

Pengguna media sosial Instagram memungkinkan mereka untuk mengunggah video-video pribadi, membagikan berbagai informasi, hiburan, fashion, bahkan gaya hidup individu. Hal ini, sangat bisa dimanfaatkan oleh para da'i dalam menyebarkan ajaran Islam.

e. Teori Analisis Pesan

Analisis isi pesan menurut Klaus Krippendorff, merupakan suatu Teknik penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan yang dapat diulang dan data yang valid dengan memperhatikan konteksnya. Dengan kata lain, analisis isi adalah metode sistematis untuk menganalisis isi komunikasi,

12 Eriyanto, *Metode Netnografi*, ed. by Nur Asri, 1st edn (PT Remaja Rosdakarya, 2021).

13 Ardiana Putu, D., 'Media Sosial Instagram Sebagai Media.', 1 (2020), pp. 35–49.

baik itu teks tertulis, ucapan, gambar, atau bentuk komunikasi lainnya.¹⁴

f. Teori SOR (Stimulus-Organism-Response)

Teori SOR (Stimulus-Organism-Response) adalah sebuah model dalam komunikasi yang menjelaskan proses bagaimana suatu pesan (stimulus) dapat mempengaruhi seseorang (organisme) dan memunculkan suatu reaksi (respon).¹⁵

2. Penelitian Relevan

Penulis mengamati lalu mengkaji literatur-literatur yang memiliki kemiripan dengan pokok pembahasan penelitian ini, hal tersebut dilakukan untuk menjadikan literatur tersebut sebagai sumber referensi. Kajian Pustaka yang penulis lakukan mengacu pada beberapa penelitian terdahulu, antara lain:

- a. Judul yang pertama ada skripsi dengan judul “*Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction)*” karya Chanifatuz Zahro tahun 2023, Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk memahami budaya media sosial dalam dakwah pada akun media sosial Instagram, metode yang digunakan yaitu etnografi virtual dengan

¹⁴ Klaus KRIPPENDORFF and Farid Wajidi, *Analisis Isi : Pengantar Teori Dan Metodologi / Klaus Krippendorff*, 1st edn (Jakarta Rajawali, 1991).

¹⁵ Chaer, *Psikolinguistik Kajian Teoritik*, 1st edn (PT Rineka Cipta, 2003).

menganalisis menggunakan analisis media siber. Studi ini relevan dengan penelitian penulis selanjutnya yang akan membahas Instagram sebagai media dakwah. Penelitian ini memberikan bukti bahwa budaya yang hadir pada akun Instagram @limproduction menciptakan budaya interaksi melalui penggunaan artefak budaya, bahasa, dan model-model tertentu. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penulis lebih fokus pada bagaimana peyebaran ilmu fiqih dalam kehidupan sehari-hari menggunakan media sosial secara singkat yang disebarkan kepada masyarakat luas kemudian dianalisis dengan menggunakan metode etnografi virtual.¹⁶

- b. Referensi yang kedua ada Jurnal yang ditulis oleh Puput Puji Lestari pada tahun 2020 dengan judul “*Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial*”, Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan memberikan hasil bahwa dakwah pada masa milenial merupakan dakwah dilakukan dengan melakukan penyesuaian-penyesuaian mulai dari materi, metode, serta media dakwah yang dilakukan penyesuaian kondisi masyarakat milenial (sebagai objek dakwah) yang bisa saja keadaan serta kondisi yang terjadi pada masa milenial belum terjadi pada masa sebelumnya, terutama di

¹⁶ Chanifatuz Zahro, ‘INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @ Limproduction)’, 2023.

masa klasik. Sama halnya dengan penelitian ini juga menyoroti bagaimana perpindahan media dakwah yang mengalami perkembangan dari konvensional menjadi digital. Menurut hasil dari jurnal ini dakwah harus dilakukan melalui platform media sosial sebab banyaknya generasi sekarang ini lebih sering menggunakan aplikasi dengan sifat yang interaktif, seperti WhatsApp, Instagram, dan lainnya oleh karena itu da'i direkomendasikan untuk dilakukan dengan menggunakan media tersebut.¹⁷

- c. Skripsi yang kedua ditulis oleh Evi Novitasari yang berjudul “*Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)*” ditulis pada tahun 2020, di Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Ponorogo. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengungkap ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman di saluran Youtube Transformasi Iswahyudi. Penelitian diatas mempunyai persamaan yaitu mengamati interaksi antara penonton dengan pemilik saluran Youtube Transformasi Iswahyudi. Hasil dari penelitian ini terdapat interaksi antara penonton dan pemilik saluran. Namun tidak dijelaskan bagaimana pola interaksi yang terjadi, sedangkan

¹⁷ Puput Puji Lestari, ‘Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial’, *Jurnal Dakwah*, 21.1 (2020), pp. 41–58.

perbedaan dari penelitian ini ialah penulis ingin mengetahui bagaimana pola interaksi dari penonton dan pemilik akun.¹⁸

- d. Skripsi yang keempat karya dari Laeli Saputri dengan judul “*Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah di Akun Instagram @Iqomic)*” dibuat pada tahun 2022, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan dakwah dengan menggunakan komik/gambar diteliti melalui metode analisis media siber dan menggunakan studi etnografi virtual. Adanya persamaan pada penelitian milik Laeli dengan peneliti terletak pada persamaan metode yang digunakan yaitu etnografi virtual. Pada subjek penelitian juga sama yaitu pemilik akun Instagram dan pengikut akun yang diteliti. Berdasarkan hasil akhir dari penelitian diatas mendapat informasi bahwa pada akun @iqomic mempunyai empat motif, yaitu mereka yang memposting komik dakwah dan menandai akun @iqomic, pengikut @iqomic memerlukan bahan hiburan serta bahan pembelajaran tentang kehidupan sehari-hari, pengikut @iqomic menggunakan Aplikasi Instagram sebagai wadah untuk mempublikasi karya komik dakwah mereka, banyak pengguna Aplikasi Instagram yang

¹⁸ Evi Novitasari, ‘Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber Dalam EtnografiVirtual Pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)’ (IAIN PONOROGO, 2020).

mencari bahan hiburan dengan ditambah dengan nilai-nilai dakwah. Bedanya, skripsi ini menjelaskan mengenai bagaimana analisis media siber dalam etnografi virtual pada Akun Instagram @iqomic yang mana dalam pelaksanaannya konten yang ada menandai akun @iqomic, sedangkan peneliti akan membahas dakwah digital yang menggunakan metode etnografi dalam penelitiannya dan mencari budaya dan interaksi yang terjalin antara pemilik akun @anita.intan dan pengikutnya dengan bahan konten dari pemilik akun @anita.intan itu sendiri.¹⁹

- e. Penelitian terdahulu yang ke-lima karya dari Erwan Efendi, dkk. dengan judul "*TikTok sebagai Agen Jurnalistik Dakwah Masa Kini: Studi Deskriptif pada Akun TikTok @Ajiepanqestu*" yang terbit pada tahun 2024 dengan menggunakan metode yang sama yaitu netnografi penelitian dari Erwan Efendi, dkk. menyatakan bahwa Tiktok sebagai platform *online* yang digunakan Da'i untuk menyampaikan dakwah di era digital saat ini memiliki segala fitur dan fasilitas yang sejalan dengan kemasan konten dakwah yang populer dimana fasilitas ini disediakan oleh aplikasi Tiktok tersebut. Fasilitas ini berhasil dimanfaatkan oleh akun dakwah @ajipanqestu dengan memanfaatkan video

¹⁹ Saputri Laeli, 'Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah Di Akun Instagram @Iqomic)' (UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022).

pendek sebagai konten motivasi, dan menyebarkan ajaran agama Islam. Berbeda dengan penelitian dari peneliti ini yang fokus pada Instagram, penelitian saat ini akan lebih mendalam menganalisis bagaimana konten dakwah fiqih keseharian disajikan dan diterima oleh audiens di platform Instagram, yang memiliki karakteristik dan pengguna yang berbeda.²⁰

F. Kerangka Berpikir

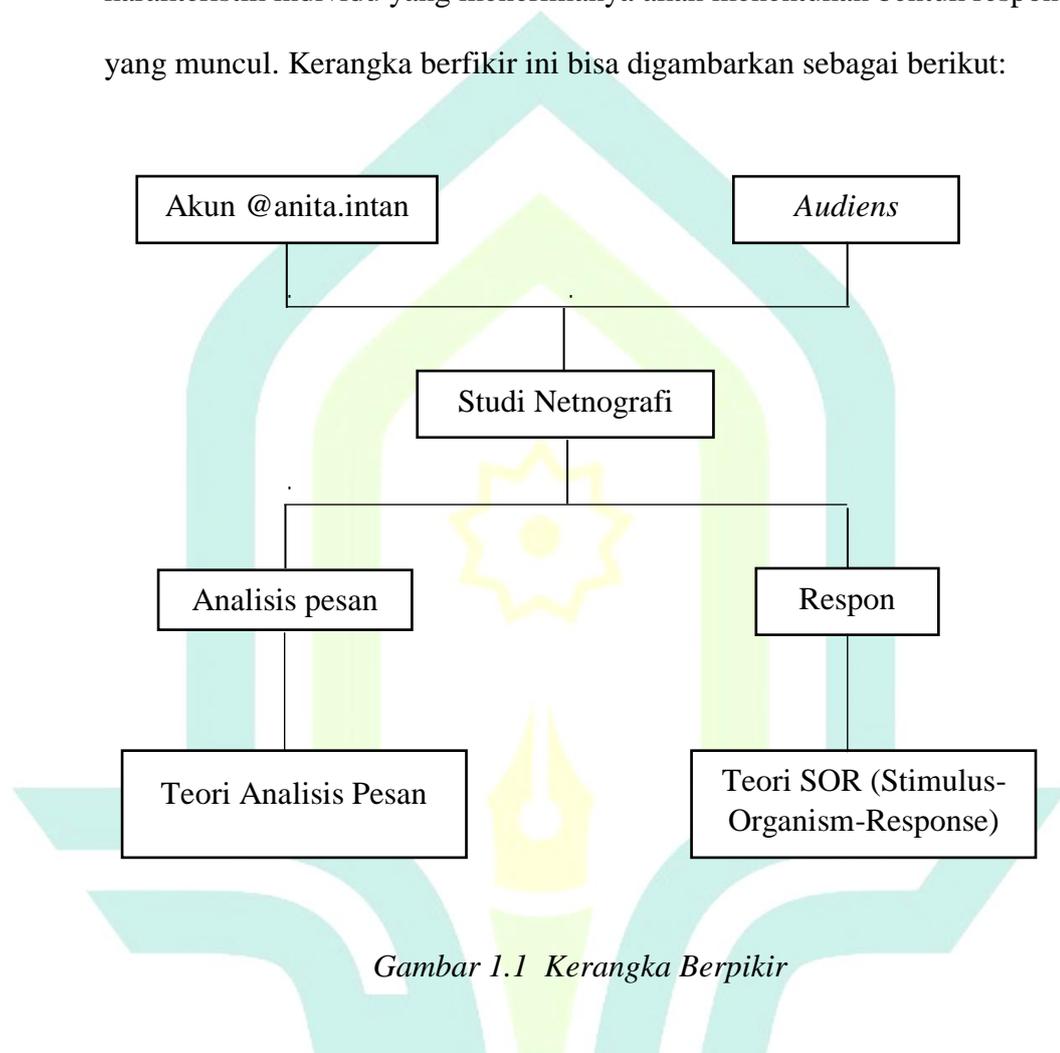
Kerangka berfikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan.²¹ Kerangka berfikir juga dapat dikatakan sebagai rumusan masalah yang sebelumnya telah dirancang secara deduktif untuk menghasilkan sebuah konsep yang dapat digunakan penulis agar lebih mudah dalam merumuskan penelitiannya.

Penelitian ini mengkaji akun instagram @anita.intan sebagai fenomena dakwah digital yang menarik. Menggunakan pendekatan netnografi dengan menganalisis konten, komentar, dan interaksi didalam akun dakwah @anita.intan. Penelitian ini akan menyelami dunia digital untuk memahami bagaimana konten dakwah fiqih ibadah dikonsumsi dan menganalisis respon didalamnya.

²⁰ Erwan Efendi, Fadilah Khairunnisa Rangkuti, and Tamanda Siregar, 'Tiktok Sebagai Agen Jurnalistik Dakwah Masa Kini: Studi Deskriptif Pada Akun Tiktok @Ajiepanqestu', *Journal of Vision and Ideas*, 4.1 (2024), pp. 27–36.

²¹ Addini Zahra Syahputri, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri, 'Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif', 2023.

Teori SOR (Stimulus-Organism-Response) menjadi landasan utama dalam penelitian ini, yang mana menganggap bahwa setiap pesan yang kita terima akan memicu suatu reaksi dalam diri kita. Reaksi ini bisa berupa perubahan sikap, perilaku, atau bahkan emosi. Kualitas pesan dan karakteristik individu yang menerimanya akan menentukan bentuk respons yang muncul. Kerangka berfikir ini bisa digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

G. Metode Penelitian

Metodologi penelitian dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan maupun prosedur yang dipergunakan oleh peneliti pada suatu disiplin ilmu. Oleh sebab itu, metodologi menjadi garda terdepan sebagai pedoman dalam melaksanakan sebuah penelitian.²² Dalam hal ini metode penelitian dapat membantu penulis untuk menyusun laporan penelitian.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian Skripsi

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, dan peneliti akan menganalisis media sosial menggunakan pendekatan netnografi. Peneliti akan mengidentifikasi penelitian kualitatif ini dengan fenomena-fenomena yang terjadi pada objek yang akan diteliti, kemudian mencatat dan mengkaji secara rinci interaksi yang akan terjadi didalamnya.²³

Netnografi adalah metode penelitian yang khusus dirancang untuk mempelajari budaya dan komunitas online. Dengan metode ini peneliti dapat mempelajari nilai-nilai serta perilaku masyarakat atau kelompok tertentu secara online.²⁴

2. Subjek Penelitian Skripsi

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu pihak yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.²⁵

²² Feny Rita Fiantika and others, *Metodologi Penelitian Kualitatif.*, 1st edn (PT Global Eksekutif Teknologi, 2022).

²³ Fiantika and others. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” Hlm. 6.

²⁴ Eriyanto. “*Metode Netnografi*”. Hlm. 4

²⁵ Fiantika and others. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” Hlm. 19.

Penelitian ini berfokus terhadap konten dakwah akun instagram @anita.intan dengan membahas gaya penyampaian visual dan naratif yang dapat menciptakan ruang interaksi secara digital.

3. **Objek Penelitian Skripsi**

Objek penelitian yang dimaksud merupakan pokok masalah yang nantinya akan diteliti.²⁶ Objek tersebut dijadikan sebagai pusat perhatian dalam proses penelitian yang akan dilaksanakan. Subjek penelitian ini adalah pembuat konten, *audiens*, dan konten pada akun Instagram @anita.intan.

4. **Sumber Data**

a. **Sumber Data Primer**

Data primer dapat dikatakan sebagai data landasan atau utama yang dipergunakan di dalam penelitian. Data primer juga merupakan jenis data yang dikumpulkan melalui sumber utama dengan menggunakan teknik seperti wawancara, survei, dan lain sebagainya.²⁷ Sumber data ini akan diperoleh dari pengikut/*followers*, dan konten pada akun Instagram @anita.intan

b. **Sumber Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber informasi yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data,

²⁶ Fiantika and others. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” Hlm. 23.

²⁷ Yani Balaka, ‘*Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi*’, *Widina Bhakti Persada Bandung*, 5.3 (2020), pp. 1–130.

misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.²⁸ Dalam penelitian ini sumber informasi dan data diperoleh melalui sebuah arsip, tulisan, buku, jurnal ilmiah terdahulu dan berbagai sumber yang berkaitan dengan topik penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode mengumpulkan data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.²⁹ Para peneliti menulis laporan tentang apa yang mereka lihat, dengar dan dirasakan selama observasi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mencatat dan mengamati perilaku subjek penelitian, pada tahap ini peneliti mengamati akun @anita.intan.

b. Dokumentasi

Dokumen adalah kumpulan informasi dalam bentuk fisik yang diperoleh melalui sistem manajemen data atau proses dokumentasi. Studi dokumen dilakukan dengan mengkaji dokumen-dokumen terkait topik penelitian berupa surat, arsip foto, jurnal, dan lain-lain.³⁰ Dokumentasi sendiri dianggap sebagai suatu langkah yang dilakukan dengan cara yang sistematis dimulai dengan pengumpulan informasi hingga terbentuknya suatu kumpulan dalam bentuk dokumen. Adapun yang diambil dari dokumentasi ini adalah

²⁸ Balaka. "Metodologi Penelitian Teori dan Aplikasi" Hlm. 25

²⁹ Fiantika and others. "Metodologi Penelitian Kualitatif" Hlm. 22.

³⁰ Fiantika and others. "Metodologi Penelitian Kualitatif" Hlm. 24-25.

bentuk gambar, tulisan, karya seseorang. Melalui Instagram, peneliti mendapat dokumentasi yang menjadi postingan pada akun @anita.intan.

6. Teknik Analisis Data

Analisis adalah suatu proses penelitian yang dilakukan setelah memperoleh seluruh data secara lengkap yang diperlukan untuk penelitian tersebut. Analisis melibatkan pemrosesan, pengorganisasian, pemecahan masalah menjadi unit-unit yang dapat dikelola, mengkodekannya, mensitesisnya, dan mencari polanya.³¹

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pemilihan akun @anita.intan sebagai objek penelitian didasarkan pada popularitasnya dalam menyampaikan dakwah fiqih secara digital dengan gaya yang unik dan menarik. Pada tahap awal penelitian ini meliputi studi literatur terkait dakwah digital, netnografi, dan fiqih. Selain itu dilakukan pula eksplorasi awal terhadap akun instagram @anita.intan untuk memahami karakteristik konten, *audiens*, dan interaksi yang terjadi.

Setelah tahap eksplorasi, peneliti secara aktif mengikuti akun @anita.intan selama periode Januari-Juli 2024. Peneliti juga melakukan observasi mendalam terhadap konten-konten yang diunggah, khususnya yang berkaitan dengan fiqih ibadah, terutama bab shalat. Dengan cara ini peneliti berusaha untuk memahami pesan yang disampaikan, serta

³¹ Fiantika and others. "Metodologi Penelitian Kualitatif" Hlm. 64

dinamika interaksi yang terjadi antara pemilik akun dengan *audiensnya*.

Kemudian, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi transkrip konten, komentar *audiens*, dan metadata berupa waktu posting, jumlah like, dan *viewers* pada setiap postingan. Data ini akan ditulis dalam bentuk data tabel. Dengan adanya data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis yang bertujuan untuk mengidentifikasi pesan dakwah, gaya visual dalam penyampaian dakwah digital, dan jenis-jenis interaksi dari pemilik akun dengan *audiensnya*.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup penjelasan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dari penelitian ini, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian, serta cara penyusunan pembahasannya.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II akan diuraikan tentang dasar-dasar teoritis yang mendasari studi ini. Konsep yang akan dibahas mencakup teori dakwah digital dengan metode netnografi, penggunaan media sosial Instagram sebagai media dakwah, serta teori analisis interaksi..

BAB III DATA TEMUAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum akun instagram @anita.intan yang mencakup profile akun instagram dan data

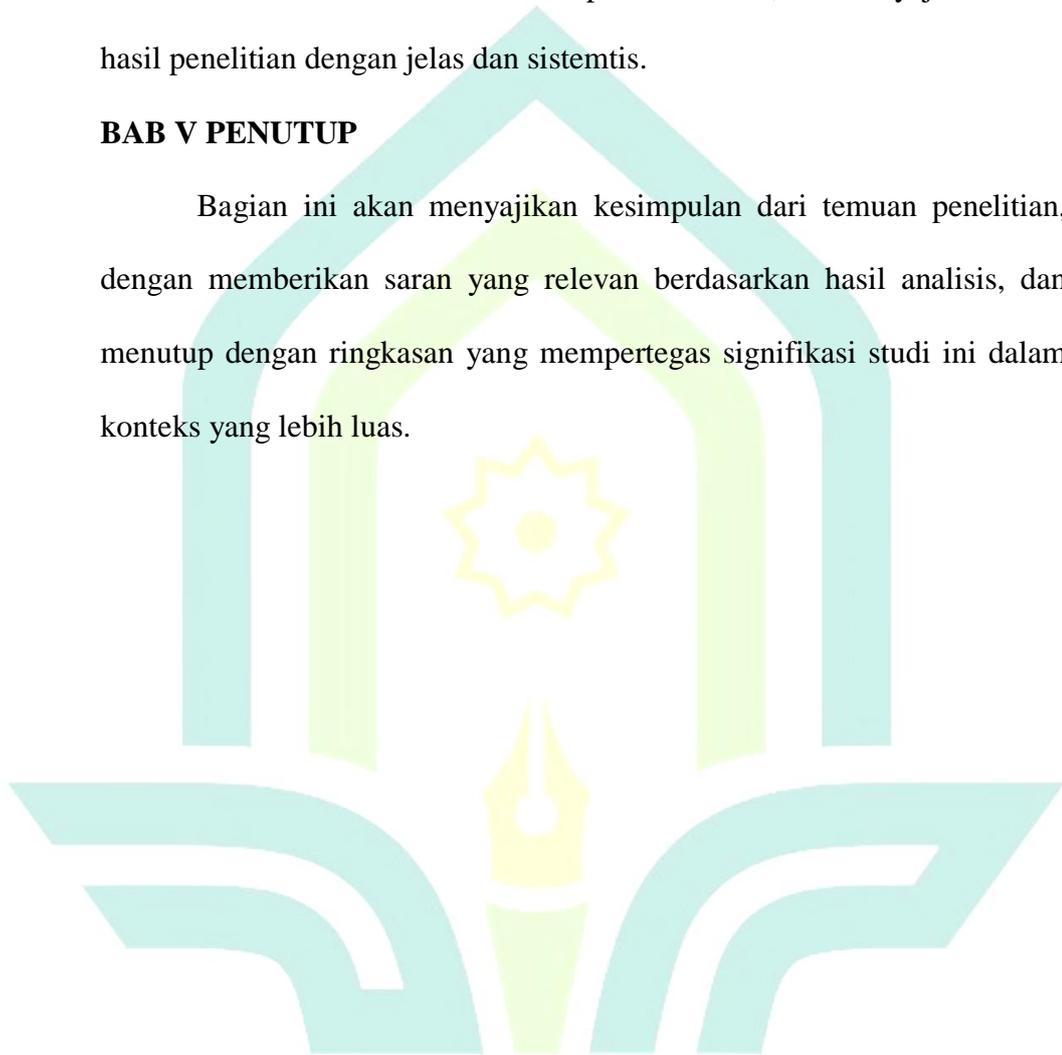
temuan dalam akun @anita.intan dari bulan januari-juli 2024, dan respon dengan audiens dalam konten fiqih ibadah dari bulan januari-juli 2024.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menganalisis temuan-temuan dari data penelitian, melakukan analisis mendalam terhadap data tersebut, dan menyajikan hasil-hasil penelitian dengan jelas dan sistematis.

BAB V PENUTUP

Bagian ini akan menyajikan kesimpulan dari temuan penelitian, dengan memberikan saran yang relevan berdasarkan hasil analisis, dan menutup dengan ringkasan yang mempertegas signifikansi studi ini dalam konteks yang lebih luas.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

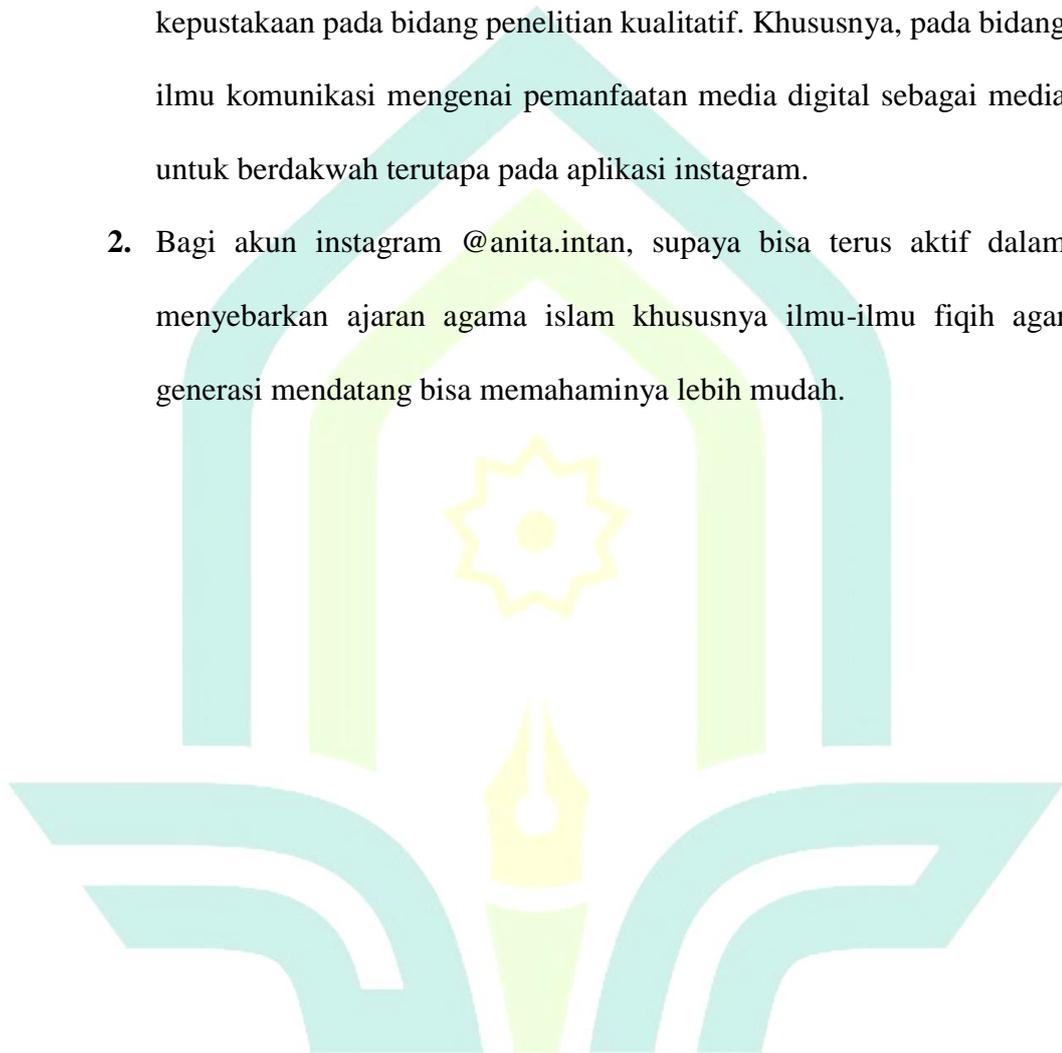
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya mengenai penelitian Dakwah Digital Fiqih Ibadah (Studi Netnografi Akun Instagram @anita.intan), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis mendalam terhadap akun @anita.intan menunjukkan bahwa akun ini berperan penting dalam memberikan pemahaman yang komprehensif tentang berbagai aspek ibadah sholat. Melalui penyampaian yang sederhana namun mendalam, akun ini berhasil menyajikan beragam pandangan terkait hukum Islam, khususnya dalam konteks 4 mazhab yaitu Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hambali. Dengan mengacu pada dalil-dalil yang kuat dan menyajikan berbagai sudut pandang, akun ini tidak hanya memberikan panduan praktis dalam beribadah, tetapi juga menumbuhkan sikap toleransi dan kedewasaan dalam beragama. Keberadaan akun seperti ini sangat bermanfaat bagi generasi muda, terutama dalam membentuk pola pikir yang terbuka dan tidak terpaku pada satu pandangan saja.
2. Berdasarkan analisis terhadap komentar pada 12 konten fiqih ibadah sholat akun Instagram @anita.intan dari bulan Januari hingga Juli 2024, dapat disimpulkan bahwa respon audiens sangat beragam dan menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi. Audiens tidak hanya sekedar menerima informasi, tetapi juga aktif berinteraksi dengan memberikan pertanyaan, berbagi pengalaman, memberikan saran, dan bahkan memberikan tambahan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa konten fiqih ibadah yang disajikan mampu memicu diskusi yang konstruktif dan membangun komunitas online yang positif. Selain itu, adanya komentar positif dan negatif menunjukkan bahwa konten

tersebut mampu membangkitkan berbagai macam emosi dan persepsi di kalangan audiens.

B. Saran

1. Bagi akademisi harapan penulis penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan maupun referensi tambahan menjadi bahan literatur kepustakaan pada bidang penelitian kualitatif. Khususnya, pada bidang ilmu komunikasi mengenai pemanfaatan media digital sebagai media untuk berdakwah terutama pada aplikasi instagram.
2. Bagi akun instagram @anita.intan, supaya bisa terus aktif dalam menyebarkan ajaran agama islam khususnya ilmu-ilmu fiqih agar generasi mendatang bisa memahaminya lebih mudah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dari, 'Wanita Dan Masjid (Memahami Hadis Tentang Keutamaan Shalat Wanita Di Rumah Dan Kebolehannya Pergi Ke Masjid)', pp. 1–5
- Ahmad, Syah, and Qudus Dalimunthe, 'Terminologi Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur ' an', 7 (2023), pp. 1415–20
- Ammar, Natasya, and Eny Nazrah Pulungan, 'Keragaman Bacaan Qunut Di Kalangan Ulama Salafi , Al-Jam ' Iyatul Washliah, Nahdhatul Ulama, Dan Muhammadiyah', *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1.3 (2023), p. 236
- Anisah, Nur, 'PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN LITERASI KESEHATAN PADA MAHASISWA', *Peueawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4 (2021), p. 97
- Balaka, Yani, 'Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi', *Widina Bhakti Persada Bandung*, 5.3 (2020), pp. 1–130
- Cahyono, Anang Sugeng, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia', *Publiciana*, 9.1 (2022)
- Chaer, *Psikolinguistik Kajian Teoritik*, 1st edn (PT Rineka Cipta, 2003)
- Dahri, Muhammad, *Beberapa Hal Yang Dbolehkan Dalam Shalat* (Mutiara Ilmu, 2021)
- Efendi, Erwan, Fadilah Khairunnisa Rangkuti, and Tamanda Siregar, 'Tiktok Sebagai Agen Jurnalistik Dakwah Masa Kini: Studi Deskriptif Pada Akun Tiktok @Ajiepanqestu', *Journal of Vision and Ideas*, 4.1 (2024), pp. 27–36
- Eriyanto, *Metode Netnografi*, ed. by Nur Asri, 1st edn (PT Remaja Rosdakarya, 2021)
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Jumyati, Laeli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, and others, *Metodologi Penelitian Kualitatif.*, 1st edn (PT Global Eksekutif Teknologi, 2022)
- Harisudin, Noor, *Pengantar Ilmu Fiqih*, ed. by Ahmad Imam Mawardi, 7th edn (Penerbit Buku Pena Salsabila, 2019)
- Hendra, Tomi, and Siti Saputri, 'Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Media Sosial', *Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 16.2 (2020)
- Husna, Nihayatul, 'METODE DAKWAH ISLAM DALAM PERSPEKTIF AL-QUR ' AN', 1.1 (2021), p. 99
- Kamaruzzaman, 'Epistemologi Kajian Dakwah Dan Ilmu Komunikasi', *Liwaal Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 12.1 (2022), pp. 72–90

- KRIPPENDORFF, Klaus, and Farid Wajidi, *Analisis Isi : Pengantar Teori Dan Metodologi / Klaus Krippendorff*, 1st edn (Jakarta Rajawali, 1991)
- Laeli, Saputri, 'Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah Di Akun Instagram @Iqomic)' (UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022)
- Lestari, Puput Puji, 'Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial', *Jurnal Dakwah*, 21.1 (2020), pp. 41–58
- Mahadir, Saiyid, *Ragam Doa Iftitah*, 1st edn (Rumah Fiqih Publishing, 2018)
- Mardiana, Reza, 'DAYA TARIK DAKWAH DIGITAL SEBAGAI MEDIA', 10 (2020), pp. 148–58
- Marlina, Eri Yusnita Arvianti, Abdullah Mitrin, Elismayanti Rambe, Hilda Maulina, Yuliana, and others, *Buku Ajar Ilmu Komunikasi*, 1st edn (CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022)
- Mokodompit, Nurul Fajriani, 'Konsep Dakwah Islamiyah', *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.2 (2022), pp. 112–23
- Mubarok, Zahid, 'Dakwah, Tabligh, Dan Khutbah', 2.1 (2021), pp. 34–42
- Mukhlizar, and Fitria Yuliani, 'Hoax Dan Tanggung Jawab Sosial Pengguna Sosial Media', *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6.2 (2023), pp. 461–66
- Muntu, Steeve A J, Joanne Pingkan M Tangkudung, and Leviane J H Lotulung, 'Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram', pp. 1–8
- Naufal, Anas, 'Hukum Shalat Beimamkan Imam Yang Berlainan Mazhab' (UIN Ar-Raniry Darussalam, Banda Aceh, 2021)
- Novitasari, Evi, 'Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber Dalam Etnografi Virtual Pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)' (IAIN PONOROGO, 2020)
- Putu, D., Ardiana, 'Media Sosial Instagram Sebagai Media.', 1 (2020), pp. 35–49
- Qadaruddin Abdullah, Muhammad, *PENGANTAR ILMU DAKWAH*, ed. by Qiara Media, 1st edn (CV Penerbit Qiara Media, 2019)
- Qadir, Abdul, 'Hukum-Hukum Seputar Doa Setelah Shalat Fardhu', pp. 3–7
- Ritonga, Anas Habibi, 'Sistem Interaksi Antar Unsur Dalam Sistem Dakwah Dan Implikasinya Dalam Gerakan Dakwah Anas Habibi Ritonga', *Hikmah*, 14 (2020), pp. 87–102
- Rizky, Lina Puspita, 'PENENTUAN NIAT SHALAT DAN PUASA (Studi Perbandingan Mazhab Hanafi Dan Mazhab Syafi'i Tentang Waktu Berniat)' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020)

- Sahal, Muktafi, and Nasich Hidayatulloh, *Pedoman Praktis Menjadi Imam Salat*, 1st edn (BILDUNG, 2022)
- Sartono, Ricky Nugraha, 'Dakwah, Nasihat Dan Sejarah', *Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 07.01 (2023), p. 69
- Siregar, H. S., *Fiqih Ibadah*, ed. by Miftahul Fikri, 1st edn (ARABASTA MEDIA, 2023)
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri, 'Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif', 2023
- Ummah, Nurul Hidayatul, 'Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10 (2022), pp. 151–69
- Zahro, Chanifatuz, 'INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @ Limproduction _)', 2023

