

**ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNIKASI DAKWAH DI AKUN  
INSTAGRAM @IPNUKOTASANTRI**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**NISA ATUL MAGHIROH**

**NIM. 3418026**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2022**

**ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNIKASI DAKWAH DI AKUN  
INSTAGRAM @IPNUKOTASANTRI**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**NISA ATUL MAGHFIROH**

**NIM. 3418026**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Nisa Atul Maghfiroh  
Nim : 3418026  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNIKASI DAKWAH DI AKUN INSTAGRAM @IPNUKOTASANTRI”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian seua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Pekalongan, 20 Juni 2021

Penulis,



**Nisa Atul Maghfiroh**

**NIM. 3418026**

## NOTA PEMBIMBING

**Mochammad Najmul Afad, MA.**

**Jl. RE Martadinata Gang Layur RT 4 RW 4, No. 22 Kel.Karangasem Utara.**

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nisa Atul Maghfiroh

**Kepada Yth.**

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

c.q Ketua Jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam

di- **PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah di adakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah Skripsi saudara :

Nama : Nisa Atul Maghfiroh

Nim : 3418026

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : **ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNIKASI DAKWAH DI  
AKUN INSTAGRAM @IPNUKOTASANTRI**

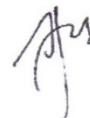
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 20 Juni 2021

Pembimbing,



**Mochammad Najmul Afad, MA.**

**NIP. 199306192019031006**



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

Jalan Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode 51161  
Website: [www.fuad.iainpekalongan.ac.id](http://www.fuad.iainpekalongan.ac.id) email: [fuad@iainpekalongan.ac.id](mailto:fuad@iainpekalongan.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ushuluddin, adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri  
Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

**Nama : Nisa Atul Maghfiroh**  
**Nim : 3418026**  
**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
**Judul : ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNIKASI DAKWAH DI  
AKUN INSTAGRAM @IPNUKOTASANTRI**

yang telah diujikan pada hari Rabu, 06 Juli 2022 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

**Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag.**  
**NIP.197411182000032001**

Penguji II

**Mukoyimah, S.Sos.I,M.Sos.**  
**NIP. 19920620201903216**

Pekalongan, 06 Juli 2022

Disahkan Oleh  
Dekan,



**Dr. H. Sam'ani, M.Ag /**  
**NIP. 197305051999031002**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB –INDONESIA

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	
		T	
		Ṣ	
		J	
Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama

Arab			
ﺍ	ﺍ	ﺍ	ﺍ
ﺏ	ﺏ	ﺏ	ﺏ
ﺕ	ﺕ	ﺕ	ﺕ
ﺝ	ﺝ	ﺝ	ﺝ
ﺡ	ﺡ	ﺡ	ﺡ
ﺩ	ﺩ	ﺩ	ﺩ
ﺫ	ﺫ	ﺫ	ﺫ
ﺭ	ﺭ	ﺭ	ﺭ
ﺯ	ﺯ	ﺯ	ﺯ
ﺱ	ﺱ	ﺱ	ﺱ
ﺶ	ﺶ	ﺶ	ﺶ
ﺸ	ﺸ	ﺸ	ﺸ
ﻁ	ﻁ	ﻁ	ﻁ
ﻅ	ﻅ	ﻅ	ﻅ
ﻍ	ﻍ	ﻍ	ﻍ
ﻑ	ﻑ	ﻑ	ﻑ
ﻕ	ﻕ	ﻕ	ﻕ
ﻙ	ﻙ	ﻙ	ﻙ
ﻝ	ﻝ	ﻝ	ﻝ
ﻡ	ﻡ	ﻡ	ﻡ
ﻥ	ﻥ	ﻥ	ﻥ
ﻭ	ﻭ	ﻭ	ﻭ

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ح	حاء	H	حاء
و	واو	'	واو
ي	ياء	Y	ياء

## 2. Vokal

B. Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا = a إ = i أُ = u	آ = ai أ = au	آ = ā إ = ī أُ = ū

## 3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh:

جميلة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /h/ Contoh:

فاطمة = fātimah

## 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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Dengan rahmat Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang selalu mendo'akan dan memberikan motivasi dan mendampingi peneliti :

1. Kedua orang tua saya bapak Basir, dan ibu Siti Mustofiyah, terima kasih atas segala kasih sayang, pengorbanan, kesabaran, dukungan dan doa restunya. Saudara saya Alm. Lailatul Farikha terimakasih sudah menjadi penyemangat, keluarga besar Mbah Maghfur, semoga sehat selalu, mendapatkan keberkahan dan kemuliaan dunia dan akhirat.
2. Terimakasih banyak kepada diri saya sendiri telah berjuang dalam perjalanan yang begitu panjang sebagai anak perempuan pertama yang tangguh, saya dapat berada dititik ini semoga ilmu yang saya dapat, dapat bermanfaat bagi keluarga dan masyarakat.
3. Sahabat seperkuliahan Silmi, Lina, Siti, yang selalu menjadi penghilang penat, motivasi, dan menghibur peneliti tidak merasa kehilangan semangat saat penyusunan skripsi.
4. Keluarga besar Jurusan KPI angkatan 2018, terkhusus kelas KPI A, teman KKN TEMATIK angkatan 51, Khususnya kelompok 26 yang telah memberikan pengalaman berharga, walau perkenalan sebentar dan kegiatan ini di lakukan di Desa Sidakangen, Banjarnegara, terima kasih sukses selalu.

Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi peneliti dan pembaca dalam memperkaya wacana intelektual dunia Islam.

*Wassalamualikum Wr. Wb.*

## **MOTTO**

*“sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”*

(QS. At Thalaq : 3)

## ABSTRAK

Nisa Atul Maghfiroh, (3418026). 2022. "Etnografi Virtual Komunikasi Dakwah di Akun Instagram @ipnukotasantri". Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing: Mochammad Najmul Afad, MA.

**Kata kunci: Etnografi Virtual, Komunikasi Dakwah, Instagram**

Perkembangan media sosial yang semakin maju, serta penggunaannya yang sudah meluas, juga dapat memunculkan dampak negatif yang tidak dapat dihindari bagi pengguna media sosial. Banyak orang-orang yang peduli adanya dampak negatif dari penggunaan media sosial. Namun, juga banyak sisi positif dari penggunaan media sosial jika kita dapat memanfaatkannya untuk hal-hal baik. Salah satunya yaitu sebagai media untuk menyampaikan dakwah, menyampaikan pesan dakwah juga tidak hanya melalui lisan saja, tapi juga melalui tulisan dan audio visual.

Komunikasi dakwah merupakan upaya dalam mengajak individu atau kelompok, dengan sadar dan yakin akan kebenaran Islam. Dakwah menjadi sebuah proses komunikasi yang terdiri dari da'i atau mubaligh, media dakwah serta tujuan dakwah. Dakwah dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung menggunakan media. Semakin berkembangnya zaman, media sosial menjadi salah satu tempat atau sarana media dakwah. Salah satunya media sosial Instagram. Seperti halnya pada akun @ipnukotasantri yang menjadikan media Instagram sebagai media dakwah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dengan pendekatan etnografi virtual. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini, interaksi pengguna pada akun @ipnukotasantri terjadi dalam kolom komentar, serta pengguna yang memberikan like dan membagikan ulang postingan dari akun @ipnukotasantri, banyak pesan komunikasi dakwah yang disampaikan pada akun @ipnukotasantri diantaranya *quotes* toleransi antar umat beragama, pesan terkait perhitungan zakat, *quotes* habaib, dengan strategi penyampaian pesan dakwah dengan menggunakan Instagram, tag, gambar atau foto (*quotes*).

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Syukur Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang maha pengasih lagi maha penyayang. Peneliti panjatkan atas kehadiran-Nya, segala nikmat, rahmat dan hidayah kepada kita semua. Shalawat seta salam tidak lupa peneliti haturkan kepada suri tauladan kita Rasulullah Muhammad SAW. Semoga kita semua termasuk sebagai umat beliau yang selalu dirindukan dan mendapatkan syafa'at nya di hari akhir nanti. Skripsi yang berjudul “Etnografi Virtual Komunikasi Dakwah di Akun Instagram @ipnukotsantri” proses skripsi tentunya ada kesulitan, hambatan dan akhirnya dapat diselesaikan. Saya persembahkan karya ilmiah ini untuk seseorang yang selalu memberikan saran, motivasi, dan mendampingi proses sekripsi. Ucapan terimakasih setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Bapak Prof. Dr. H. Maghruf, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Bapak Prof. Dr. H. Moh. Muhlisin Ph.D., dan wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. H. Muhlisin, M.Ag yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar dan menggali ilmu di kampus IAIN Pekalongan.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan Bapak Dr. KH. Sam'ani, M.Ag., yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk belajar dan menggali ilmu di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Pekalongan.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pekalongan ibu Viky Mazaya, M.S.I yang telah memberikan motivasi, nasehat, meluangkan waktunya, serta telah memberi kesempatan peneliti bisa belajar, menyelesaikan skripsi dan wisuda.
4. Pembimbing Mochammad Najmul Afad, MA. , Terimakasih atas kerjasamanya telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, maupun dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

5. Bapak Prof. Dr. H. Imam Khanafi, M.Ag. selaku dosen wali saya selama belajar di bangku perkuliahan yang sudah memberikan bimbingan serta motivasi.
6. Dosen-dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam atau yang pernah menyampaikan ilmunya, semoga ilmunya bermanfaat dan staf karyawan beserta staf akademik Fakultas IAIN Pekalongan terimakasih atas bantuan dan pelayanannya mengurus urusan bagi mahasiswa hingga selesai perkuliahan.
7. Kepada Khairul Anwar selaku admin dari @ipnukotasantri dan ketua dari IPNU Kab. Pekalongan dan follower dari @ipnukotasantri. Yang banyak membantu penelitian penulis. Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan yang melimpah.

Peneliti menyadari bahwa temuan pada penelitian ini yang diperoleh belum seimbang karena keterbatasan kemampuan peneliti, Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat, dan Allah SWT, melipatgandakan pahala bagi kita.

Pekalongan, 20 Juni 2022

Penulis,



**Nisa Atul Maghfiroh**

NIM. 3418026

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitain .....	6
E. Penelitain yang Relevan.....	7
F. Kerangka Berfikir. ....	10
F. Metodologi Penelitian. ....	12
H. Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
A. Etnografi Virtual .....	20
B. Komunikasi Dakwah.....	23
C. Media Sosial Instagram.....	45
<b>BAB III AKUN INSTAGRAM @ipnukotasatri dan KOMUNIKASI</b>	
<b>DAKWAH DI AKUN @ipnukotasatri .....</b>	<b>52</b>
A. Profil Akun @ipnukotasatri .....	52

B. Hasil Komunikasi Dakwah dalam Akun Instagram @ipnukotasantri.....62

**BAB IV ANALISIS DATA ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNIKASI**

**DAKWAH DI AKUN INSTAGRAM @ipnukotasantri.....80**

A. Ruang Media dalam Akun Instagram @ipnukotasantri .....80

B. Dokumen Media dalam Akun Instagram @ipnukotasantri .....80

C. Objek Media dalam Akun Instagram @ipnukotasantri .....88

D. Pengalaman Media dalam Akun Instagram @ipnukotasantri .....90

**BAB V PENUTUP.....94**

A. Kesimpulan.....94

B. Saran.....95

**DAFTAR PUSTAKA.....97**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	12
Gambar 3.1 Profil akun @ipnukotasantri.....	52
Gambar 3.2 Qoutes Habib Luthfi bin Yahya.....	68
Gambar 3.3 Qoutes Ucapan Selamat Hari.....	69
Gambar 3.4 Qoutes Ucapan Selamat Hari Waisak.....	70
Gambar 3.5 Qoutes Bulan Suci Ramadhan .....	71
Gambar 3.6 Qoutes Zakat.....	72
Gambar 3.7 Data Insight akun @ipnukotasantri .....	76
Gambar 3.8 Data Interaksi viewrs akun @ipnukotasantri.....	76
Gambar 3.9 Gambar Audio Visual @ipnukotasantri .....	79
Gambar 4.1 Qoutes Habib Luthfi bin Yahya.....	83
Gambar 4.2 Qoutes Ucapan Selamat Hari Kartini .....	84
Gambar 4.3 Qoutes Ucapan Selamat Hari Waisak.....	85
Gambar 4.4 Qoutes Bulan Suci Ramadhan .....	86
Gambar 4.5 Qoutes Zakat.....	87

## DAFTAR ISTILAH

- Caption : Sebuah teks singkat yang digunakan untuk melengkapi gambar atau deskripsi singkat
- Follower : Istilah dalam media sosial Instagram untuk menyebut “Pengikut” atau orang yang mengikuti akun Instagram.
- Instagram : Sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang dapat memungkinkan pengguna mengambil foto atau mengambil video, menerapkan fitur digital, dan membagikannya ke media sosial lainnya.
- Facebook : Situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya dapat berinteraksi sosial dan berbagi informasi di seluruh dunia.
- Like : Salah satu fitur di media sosial yang fungsinya untuk menunjukkan “suka” dalam unggahan media sosial.
- Quotes : Teks yang berupa kata-kata bijak yang bertujuan untuk memberi motivasi, inspirasi yang berkaitan dengan gambar yang diunggah.
- Komentar : komentar merupakan istilah untuk memberi kritik, ulasan, atau pandangan seseorang.
- Tagar : istilah untuk menetapkan isi konten ke pengguna lain.
- Repost : Sebuah aktivitas yang dilakukan oleh pengguna media social yaitu memilih postingan di media, kemudian disebarakan kembali.
- Upload : Sebuah istilah untuk mengunggah konten dalam media sosial.

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Dokumentasi
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Surat Permohonan Ijin Penelitian
- Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 5 Surat Keterangan Peneliti
- Lampiran 6 Lembar Pemeriksaan Skripsi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sesuatu yang penting bagi masyarakat. Dengan melakukan komunikasi masyarakat dapat berinteraksi dan bertukar informasi dari satu orang kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan pada buku Komunikasi Dakwah karya Wahyu Illahi bahwa Komunikasi dalam islam memiliki kedudukan yang tinggi dan juga mendapatkan tekanan yang sangat kuat sebagai makhluk Tuhan. Ditunjukkan dengan nyata bahwa komunikasi tidak hanya dilakukan antar manusia saja namun juga kepada Tuhannya. Yang dijelaskan pada Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 31-33 yang berisi tentang dialog yang terjadi pertama kali antara Allah SWT, malaikat, dan manusia. Pada dialog tersebut juga menggambarkan salah satu kelebihan yang dianugerahkan Allah SWT kepada manusia.<sup>1</sup>

Dakwah merupakan tingkat tertinggi dan mulia untuk kemajuan agama islam, dakwah juga menjadi aktivitas yang cukup penting dalam islam. Karena agama islam merupakan agama yang dapat meyebar dengan luas dan mudah diterima oleh masyarakat. Sedangkan pengertian komunikasi dakwah bukan hanya sekadar proses menyampaikan pesan yang berkaitan dengan dakwah oleh seorang da'i kepada mad'u. Dakwah bukan hanya menyampaikan pesan kepada komunikan namun juga harus memiliki tujuan mengajak dan mempengaruhi, materi yang disampaikan juga harus sesuai dengan ajaran

---

<sup>1</sup>Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013). Hlm 2

islam. Jika dilihat dalam prosesnya dakwah merupakan komunikasi yang terdiri dari dua orang atau lebih.

Komunikasi dalam proses dakwah tidak hanya bertujuan untuk memberikan pemahaman, mempengaruhi sikap, membangun hubungan sosial, tujuan penting dalam komunikasi dakwah yaitu untuk mendorong mad'u untuk melakukan dan melaksanakan ajaran-ajaran agama islam dengan memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, tindakan, dan membangun hubungan sosial yang baik dimasyarakat. Apalagi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dapat menjadi wadah untuk menyampaikan dakwah, arus dakwah juga harus mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal.

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, menjadikan masyarakat mampu menerima berbagai informasi tanpa batasan. Hal tersebut dapat mendorong media massa untuk beralih dan dituntut untuk membuat dan memberikan banyak inovasi. Selain media massa, media sosial juga mengalami perkembangan dengan banyaknya inovasi-inovasi baru yang muncul dalam media sosial sehingga mampu menjadi salah satu media massa yang memiliki berbagai fungsi, seperti fungsi opini publik, fungsi penyampaian informasi, hiburan dan lain sebagainya.

Media sosial terdiri dari berbagai aplikasi berbasis internet, yang didasari pada ideologi dan teknologi Web 2.0 sehingga dapat memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten dalam media sosial oleh pengguna internet. Waktu rata-rata yang digunakan pengguna dalam menggunakan internet setiap tahunnya terus meningkat. Hampir dua pertiga tahun dari masyarakat dewasa

di Amerika menggunakan lebih dari satu media sosial. Dewasa muda (18-29 tahun) mencapai rata-rata pengguna media sosial hingga (90%), kisaran usia lain (remaja dan dewasa) juga mengalami kenaikan jumlah yang cukup signifikan.<sup>2</sup>

Selain koneksinya yang mudah, media sosial juga dapat memunculkan dampak negatif jika penggunaan media sosial disalah gunakan, ditakutkan dapat menimbulkan kejahatan. Orang-orang yang peduli dengan adanya dampak negatif yang ada pada media sosial akan menjadikan media sosial sebagai perantara kegiatan kebaikan salah satunya yaitu berdakwah. Menyampaikan pesan dakwah juga tidak diharuskan melalui penyampaian secara lisan saja, namun juga bisa disampaikan melalui tulisan, visual, ataupun audio visual. Salah satunya dengan menggunakan media sosial dalam bentuk quotes yang didesain dengan menggunakan desain grafis yang didesain secara khusus dengan semenarik mungkin untuk menarik minat pembaca. Dakwah melalui media sosial instagram yang dikemas dengan quotes dapat membantu organisasi dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial. Tujuan penggunaan desain grafis sendiri yaitu, untuk mengemas pesan dakwah menjadi lebih efektif dan efisien, serta untuk memudahkan penerima dalam memahami dan menangkap pesan-pesan dakwah tentang keislaman. Seperti yang terdapat pada akun instagram @ipnukotasantri yang menggunakan media sosial sebagai tempat untuk menyampaikan pesan dakwah dengan

---

<sup>2</sup>Fahmi anwar, "Perubahan dan Permasalahan Media Sosial" (Jakarta: *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* Vol. 1, No. 1. 2017), hlm 137

menggunakan *quotes*. *Quotes* tersebut dibuat oleh tim dari akun instagram @ipnukotasantri oleh para anggotanya mulai dari kalangan aktivis dakwah, mahasiswa dan anggota organisasi dari sekitar Kabupaten Pekalongan.

Akun @ipnukotasantri mampu menjadi salah satu daya tarik bagi *follower*, akun tersebut dibuat dari tahun 2016 hingga pada tanggal 28 Februari 2022 yang sudah mencapai 3.015 *follower* karena konten penyampaian pesan dakwah melalui media sosial dengan menggunakan *quotes* yang dibuat oleh tim media @ipnukotasantri. Mulai dari pengambilan *background*, tulisan atau caption, pemilihan warna, dan gambar yang disajikan. Dalam akun Instagram @ipnukotasantri selalu update setiap kegiatan yang dilakukan dan update tentang pesan pesan yang bernuansa keislaman. Saat ini pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai sebanyak 191 juta orang pada januari 2022, jumlah tersebut tersebut meningkat hingga 12,35%. Pengguna instagram di Indonesia sudah mencapai 22.8%, dan Indonesia termasuk dalam pasar instagram terbesar di Asia.<sup>3</sup> Karena jangkauan penggunaannya yang begitu luas mampu mencari banyak *follower* dengan konten yang bagus.

Berdasarkan penjelasan diatas nantinya peneliti akan menggunakan etnografi virtual sebagai metode penelitian, etnografi virtual merupakan sebuah metode penelitian yang menjadi jawaban dari ketidakpastian metodologis bagi peneliti pada kajian media, yang pada akhirnya mencari sebuah “wadah” atau sebuah kepastian sebuah data yang pada akhirnya dihasilkan dari aktivitas

---

<sup>3</sup> M Ivan Mahdi, *Pengguna media sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*, (Data Indonesia.id) Diakses Pada Tanggal, 21 April 2022 Pukul 21:00

virtual. Pada akhirnya pengertian tentang etnografi ini tidak dibantah ataupun dibantah karena dianggap kurang dan tidak valid, namun setidaknya metode ini menjadi sebuah penguat dan pendukung, ataupun penggerak dalam mengkaji sebuah fenomena pada masyarakat yang belum memahami media baru berbasis virtual.<sup>4</sup>

Banyak penjelasan mengenai etnografi virtual salah satunya yaitu menurut M. Harris yang dikutip dari Creswell, bahwa etnografi merupakan desain penelitian yang termasuk dalam kualitatif dimana peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasi pola-pola yang saling berkaitan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kebiasaan, kepercayaan, maupun bahasa yang digunakan.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang penggunaan media sosial instagram dan tujuan untuk memahami budaya-budaya yang terbentuk dari interaksi dan aktivitas komunikasi dakwah. Melihat perkembangan teknologi dan media sosial juga sangat penting, apalagi bisa digunakan untuk media dakwah melalui media sosial Instagram seperti di akun @ipnukotasantri dan peneliti tuangkan dalam skripsi yang berjudul **“Etnografi Virtual Komunikasi Dakwah di Akun Instagram @ipnukotasantri”**.

---

<sup>4</sup>M.Arif, *Etnografi Virtual : Sebuah Tawaran Metodologis Kajian Media Berbasis Virtual*, Jurnal Komunikaasi, (Sunan Ampel.Surabaya,2012). Hlm 165-179

<sup>5</sup>Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual: Riset Budaya Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018) Hlm 5



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan di pecahkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Komunikasi Dakwah dalam Akun Instagram @ipnukotasantri?
2. Bagaimana Analisis Etnografi Virtual dalam Menunjukkan Komunikasi Dakwah di Akun @ipnukotasantri?

## **C. Tujuan Penelitian.**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dipecahkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui Komunikasi Dakwah dalam Akun Instagram @ipnukotasantri;
2. Mengetahui Analisis Etnografi Virtual dalam Menunjukkan Komunikasi Dakwah di Akun @ipnukotasantri;

## **D. Manfaat Penelitian.**

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil dari peneliitian ini secara teoritis nantinya dapat digunakan sebagai:

- a. Penulis berharap dari adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangsih serta pemikiran bagi dunia komunikasi.
- b. Dapat menjadi bahan acuan penelitian di bidang komunikasi
- c. Menjadi salah satu kajian untuk penulisan ilmiah berkaitan dengan pemikiran media sosial antar lintas generasi.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat dari dilakukan penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan gambaran tentang baik dan buruknya media sosial, serta membuka pemikiran para manusia yang berbeda generasi agar tetap mengikuti perkembangan zaman yang ada. Perkembangan teknologi yang ada dapat diambil utilitas yang ada serta dijadikan sokongan menuju kemajuan Indonesia kedepan dalam dunia pendidikan.

## E. Penelitian yang Relevan

Hasil survei kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti, penelitian tentang Etnografi virtual komunikasi dakwah melalui media sosial, sudah banyak dilakukan oleh peneliti lain, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian Ulil Azmil Umroh pada tahun 2019 dengan judul “Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hasan Attaki Melalui Shifi Pemuda Hjarh (Dalam Tjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)”. Yaitu mengintergrasikan antara pemikiran dengan sifht sehingga Ulil Umroh, “Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hasan Attaki Melalui Shifi Pemuda Hjarh (Dalam Tjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)”, 2019, memiliki kekuatan potensial untuk mempengaruhi seseorang agar memiliki sikap tertentu.

Informasi dakwah yang dibagikan yang di desain sesuai dengan karakter anak-anak muda saat ini, sehingga dapat menarik minat anak muda untuk melihatnya, kepercayaan yang diberikan agar dapat mengubah sikap mereka dari yang sebelumnya tidak tertarik dan tidak terlalu

paham tentang keagamaan sehingga menjadi tertarik untuk mempelajari hal tentang keagamaan.<sup>6</sup>

Penelitian diatas memiliki sisi relevan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Penelitian diatas membuktikan bahwa media sosial dapat meresistensi dengan membentuk citra baik didalamnya. Sedangkan sisi perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini, adalah bahwa penelitian diatas menunjukkan masyarakat yang sudah memahami media sosial untuk dijadikan alat bantu positif dalam melakukan pembentukan citra. Untuk penelitian yang penulis teliti menunjukkan media sosial dapat meresistensi prasangka negatif pada masyarakat sebelumnya yang belum menerima media sosial sebagai alat bantu yang efektif dan efisien dalam mendapatkan informasi pesan dakwah melalui media sosial.

2. Jurnal penelitian karya Mochammad Najmul Afad (Fakultas Ushuluddin Adab & Dakwah IAIN Pekalongan, 2021) yang berjudul *Dinamika Strategi Media Dalam Gerakan Anak Muda (Membaca Media Komunitas Ketjil Bergerak Yogyakarta)*. Hasil penelitian ini adalah penulis mengamati dan menunjukkan bahwa media yang digunakan oleh komunitas ini Ketjilbergerak beragam dan selalu dinamis, seperti, diskusi tatap muka, pameran, pertunjukkan, riset, mural, musik, hingga diskusi online, disesuaikan dengan kondisi masyarakat sasaran dan zamannya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Ulil Umroh, *Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hasan Attaki Melalui Shift Pemuda Hjarh (Dalam Tjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)*, 2019

<sup>7</sup>Mochammad Najmul Afad, *Dinamika Strategi Media Gerakan Anak Muda : Membaca Media Komunitas Ketjilbergerak Yoyakarta*, (Jurnal Media dan Komunikasi, Vol.4 No.2, Desember 2021), Hlm 99-107

Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama meneliti suatu komunitas yang ada di media sosial. Sedangkan perbedaannya, yaitu media yang digunakan dalam akun @ipnukotasantri yaitu dengan menggunakan *quotes* untuk menyampaikan sebuah pesan dakwah melalui media sosial, dan apa saja pesan yang disampaikan serta bagaimana strategi penyampaian pesan dakwah yang digunakan dalam akun @ipnukotasantri.

3. Jurnal penelitian karya Nurul Avifah dengan judul Efektivitas Dakwah Islam Melalui Sosial Media Instagram (Studi Akun Instagram Indonesia Menutup Aurat). Hasil dari penelitian ini yaitu didasarkan pada konsep penggambaran serta pemahaman dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman melalui sosial media instagram, jenis penelitian ini adalah deskriptif. Pengamatan dan analisis secara langsung dengan observasi yang dilakukan melalui media instagram, dokumentasi serta wawancara pengguna akun.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu adalah objek penelitian yang sama yaitu instagram, Nurul Avifah menjadikan akun instagram Indonesia Menutup Aurat sebagai subyek penelitian. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu fokus penelitian yang berbeda, peneliti fokus pada konten dakwah pada akun instagram @ipnukotasantri dengan studi etnografi virtual.

4. Penelitian karya Aditya Nugraha dengan judul Fenomena Meme Di Media Sosial Studi Etnografi Virtual Posting Meme pada Pengguna media sosial instagram. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan lima motif yang melatarbelakangi pengguna instagram dalam melakukan aktivitas posting

meme, yaitu motif ingin tahu, motif menghibur, motif cinta, motif ekspresi, motif harga diri, dan dapat dikatakan bahwa meme merupakan salah satu fenomena penyampaian pesan dalam bentuk baru dengan menggabungkan bahasa verbal dengan komunikasi non verbal.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu pada objek yang diteliti yaitu instagram dengan jenis penelitian yang sama dengan menggunakan etnografi virtual. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada fokus penelitian yang nantinya akan dikaji. Aditnya Nugraha lebih fokus pada konten meme di instagran dan juga terlibat dalam melakukan aktivitas posting meme, sedangkan peneliti nantinya akan lebih fokus pada konten dakwah di instagram @ipnukotasantri dan tidak terlibat dalam posting konten dakwah.

#### **F. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah sebuah model atau sebuah konseptual hubungan antara variabel dengan objek penelitian, yang digunakan untuk memecahkan masalah berdasarkan kajian teoritis yang sudah ada. Kerangka berfikir juga dapat dikatakan sebagai rumusan masalah yang sebelumnya telah di buat berdasarkan adanya suatu proses yang deduktif, untuk menghasilkan sebuah konsep yang dapat digunakan dalam memudahkan penulis dalam merumuskan hipotesis penelitiannya. Menurut Uma sekara, Business Research, 1992 dalam (Sugiyono, 2010) dalam bukunya mengatakan bahwa kerangka berfikir, merupakan salah satu model konseptual yang berkaitan dengan teori

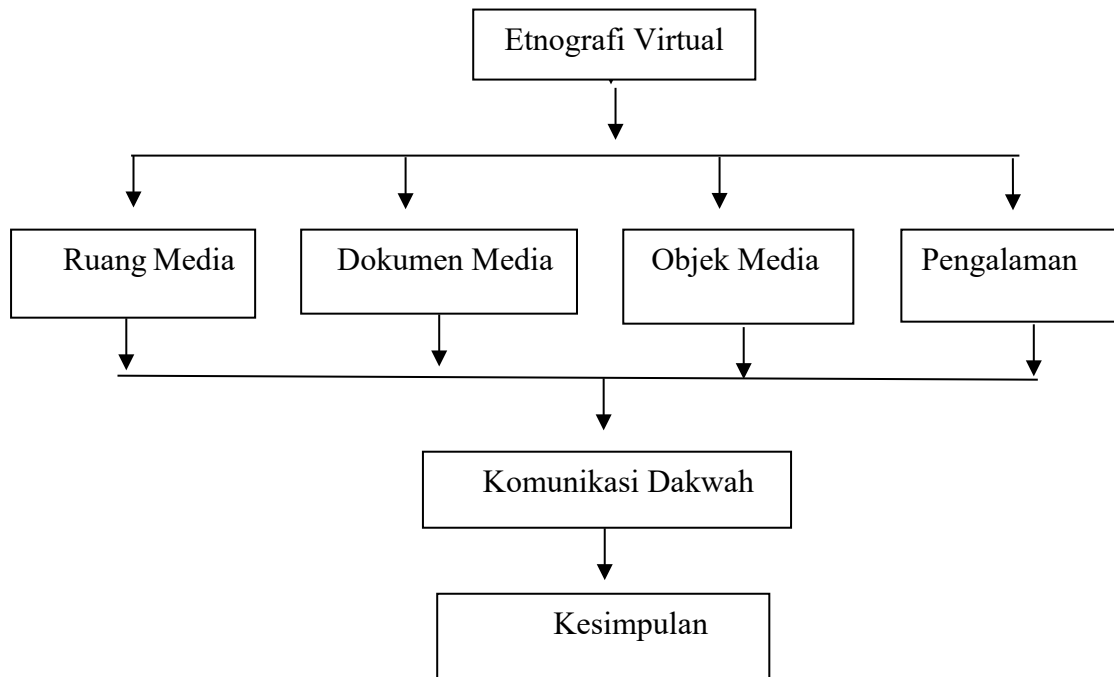
hubungan itu dengan segala macam faktor yang telah atau sudah diidentifikasi yaitu sebagai masalah yang penting.

Komunikasi dakwah secara virtual dengan menggunakan analisis media siber terdapat 4 level, yaitu ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman. Penelitian tersebut menggunakan analisis berfikir deduktif, dimana data yang didapat dari fakta atau peristiwa yang sudah pasti dan umum dan setelah itu ditarik menjadi kesimpulan yang sifatnya khusus.

Dalam kerangka berfikir ini peneliti akan meneliti tentang bagaimana etnografi komunikasi dakwah dapat disampaikan melalui *quotes* atau gambar secara virtual melalui media sosial, yang ada di akun instagram @ipnukotasatri sebagai salah satu media dakwah yang menyampaikan pesan dakwah yang dapat menarik minat baca *follower*. Dengan mengamati ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman baik secara online maupun offline yang terdapat dalam akun Instagram @ipnukotasatri.

Kerangka berfikir ini bisa digambarkan sebagai berikut:

Akun @ipnukotasatri
---------------------



Gambar 1.1 Kerangka berfikir Etnografi Virtual Komunikasi Dakwah di Akun Instagram @ipnukotsantri

## G. Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian merupakan prosedur atau langkah-langkah sistematis dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah.<sup>8</sup> Dalam hal ini dapat membantu penulis dalam mencari bahan untuk menyusun laporan penelitian.

### 1. Jenis dan Pendekatan penelitian

---

<sup>8</sup>Imam Barnadib, *Filsafat pendidikan system dan metode*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1988), hlm. 85.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan suatu pendekatan dimana dilakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena dan gejala yang bersifat alamiah. Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan cara menggali lebih dalam beberapa kasus yang terjadi. Kemudian hasil dari penelitian berupa pemahaman.<sup>9</sup>

Metodologi kualitatif lebih sering menggunakan teknik analisis yang mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus per kasus, karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat dari masalah satu dengan sifat masalah lainnya akan berbeda. Hasil dari temuan metodologi kualitatif bukan generalisasi, namun juga pemahaman yang lebih mendalam pada suatu masalah atau fenomena.<sup>10</sup>

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks, dan rinci.<sup>11</sup>

Selain jenis penelitian juga terdapat pendekatan penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual. Pendekatan etnografi virtual yaitu memahami tentang suatu peristiwa secara kultural, serta memberikan

---

<sup>9</sup>Suryana, *Metodologi Penelitian, Model Praktis Peneliitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), hlm 20.

<sup>10</sup>Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, (Jakarta: CAPS (Centerr of Academic Publishing Service), 2014), hlm. 9-10.

<sup>11</sup>Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018) Hlm. 9



pemahaman tentang pandangan setiap individu bagaimana mereka memandang internet, yang menjadi objek penelitian yang sebelumnya sudah dikembangkan menjadi salah satu model penelitian pada ilmu sosial yang sebenarnya telah menggunakan landasan falsafah fenomenologi<sup>12</sup>.

## 2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder.

### a. Data primer

Data primer merupakan hasil dari sumber data awal yang didapat dari tangan pertama saat melakukan observasi. Sumber data ini yaitu mengamati dan mengobservasi Instagram @ipnukotasatri<sup>13</sup>.

### b. Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan dan hasil wawancara. Data sekunder juga bisa dikatakan data pelengkap.<sup>14</sup> Sedangkan kepustakaan yaitu data yang diambil melalui buku, artikel, jurnal, internet, dan dokumen-dokumen yang bisa mendukung. Wawancara yang peneliti maksud yaitu untuk mengetahui profil dan ruang lingkup akun @ipnukotasatri.

## 3. Metode pengumpulan data

---

<sup>12</sup>Mohammad Siddiq, Hartini Salama, *“Etnografi sebagai Teori Metode”*. (Jakarta:Universitas Ibnu Chlmdun, 2019) Hlm 26

<sup>13</sup>Intan indah wulandari, *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Dakwah pada Komunitas Yuk Ngaji Pekanbaru*, (UIN Suska Riau, 2019) hlm. 36

<sup>14</sup>*Ibid*, hlm. 88

Ada berbagai metode pengumpulan data yang dipilih penulis dalam meneliti penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung atau observasi secara cermat dan langsung. Untuk mengamati secara langsung peneliti perlu mengunjungi lokasi penelitian.<sup>15</sup> Cara pengambilan data dengan menggunakan melihat langsung tanpa adanya bantuan alat standar lainnya untuk keperluan penelitian.<sup>16</sup>

Observasi dalam penelitian ini nantinya berupa pengamatan berupa interaksi dalam komunitas virtual di akun instagram @ipnukotasantri, pesan komunikasi mengenai dakwah, serta strategi yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah. Dikarenakan jumlah postingan akun instgaram @ipnukotasantri mencapai 927 postingan, maka peneliti nantinya akan menggunakan sampel. Sampel dalam penelitian ini didapat dengan cara Nonprobability Sampling yaitu tehnik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, kemudian dengan menggunakan system struktur sampling yaitu tehnik pengambilan sampel berdasarkan angka populasi yang telah diberikan nomor urut (Sugiyono, 2018:81).

---

<sup>15</sup>Ahsanuddiin Mudi, *Profesionall Sosiologii*, (Jakarta: Mediatama, 2004), hlm. 44.

<sup>16</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghlmia Indonesia, 2005), hlm 175.

b. Wawancara

Wawancara berasal dari kata *entreveu* yang artinya pertemuan sesuai dengan perjanjian yang sudah diatur. Kata *entre* sama dengan *inter* dan *voor* sama dengan *videre* yang artinya melihat, yang berarti tanya jawab secara langsung dengan tujuan untuk disebarluaskan pada khalayak.<sup>17</sup> Wawancara adalah interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, yaitu orang yang melakukab wawancara untuk meminta informasi atau ungkapan kepada orang diteliti yang berputar disekitar pendapat dan keyakinannya.<sup>18</sup>

Penulis menggunakan teknik *interview* yang bertujuan untuk memperoleh data secara lengkap dan langsung sehingga keasliannya nantinya tidak dapat diragukan. Metode wawancara yang digunakan oleh penulis ini merupakan metode inti dalam suatu penelitian, sebab diperlukan untuk agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan sehingga data-data yang sudah pasti dalam penelitian ini dapat diperoleh.

Penulis akan melakukan wawancara sebagai partisipan yaitu dengan admin dari akun instagram @ipnukotasantri dan ketua dari @ipnukotasantri, kemudian penulis juga akan melakukan pengamatan

---

<sup>17</sup>Fandi Rossi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, (Yogyakarta : Leutukaprio, 2016), hlm. 1 - 2.

<sup>18</sup>Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 50.

mengenai interaksi komunitas tersebut dengan menggunakan penelitian etnografi virtual.

#### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara mengambil data terkait dengan hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat, dan sebagainya. Metode dokumentasi dapat dipergunakan setelah dilakukan metode *interview* dan tinjauan secara langsung. Tujuannya yaitu untuk melengkapi data<sup>19</sup>.

Proses mengumpulkan data dalam bentuk catatan, jurnal, buku, majalah, transkrip, surat kabar, notulensi rapat, agenda, dan lainnya<sup>20</sup>. Dokumen berarti rekaman peristiwa yang lebih dekat menggunakan percakapan, menyangkut perkara pribadi serta memerlukan interpretasi yang berafiliasi dengan peristiwa etnografi virtual komunikasi dakwah sinopsos insight di akun instagram @ipnukotasantri.

#### 4. Teknik analisis data

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah seluruh data yang diperlukan untuk yang nantinya diteliti telah diperoleh secara lengkap<sup>21</sup>. Prinsip utama dalam analisis data adalah bagaimana menjadikan data atau informasi yang telah dikumpulkan

---

<sup>19</sup>Cholid Naburko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 98.

<sup>20</sup>Suharismi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), hlm. 231)

<sup>21</sup>Cholid Naburko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 280.

disajikan dalam bentuk uraian dan sekaligus memberikan makna atau interpretasi sehingga informasi tersebut memiliki signifikansi ilmiah atau teoritis.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian etnografi yaitu dengan menggunakan teknik Analisis Media Siber (AMS) metode ini memiliki 4 tingkat. Yaitu ruang media dimana nantinya akan menguraikan teknologi yang terjadi perangkat medium di internet, dokumen media yaitu peneliti nantinya akan mendeskripsikan teks-teks dari artefak budaya yang diproduksi, objek media yaitu menganalisis proses interaksi dan aktivitas yang terjadi sesuai dengan temuan data yang diperoleh, dan pengalaman media yaitu konsepsi bahwa internet hanyalah salah satu medium yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Secara keseluruhan skripsi ini terdiri atas 5 bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : **Pendahuluan**, berisi awalan dari penelitian seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : **Landasan Teori**, berisi teori-teori yang berkaitan dengan penelitian komunikasi dakwah secara virtual dengan menggunakan penelitian etnografi, dan media sosial *instagram*.

Bab III : **Akun Instagram @ipnukotasantri dan Komunikasi Dakwah di**

**Akun @ipnukotasantri**, berisi gambaran umum yang berkaitan dengan objek penelitian akun *instagram* @ipnukotasantri, yaitu komunikasi dakwah dalam komunitas akun *Instagram* @ipnukotasantri, dan analisis etnografi virtual dalam menunjukkan komunikasi dakwah di akun @ipnukotasantri.

Bab IV : **Analisis Etnografi Virtual Komunikasi Dakwah di Akun**

**Instagram @ipnukotasantri**, bab ini menjelaskan proses dan hasil analisis penelitian etnografi virtual pada akun Instagram @ipnukotasantri.

Bab V : **Penutup**, berisi kesimpulan dan saran.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Komunikasi dakwah yang terjadi dalam akun instagram @ipnukotasantri menggunakan 4 level analisis media siber yaitu dengan melihat level ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media yang peneliti dapat dari hasil pengamatan serta interaksi antara pengguna dalam media sosial akun instagram @ipnukotasantri. Pada level ruang media mengungkap sisi teknologi pada media internet yang memiliki aturan prosedur pembuatan akun instagram serta prosedur penggunaa instagram.

Etnografi virtual dalam komunikasi dakwah di akun @ipnukotasantri menunjukkan melalui beberapa level media, yaitu objek media, dokumen media, pengalaman media. Level objek media dalam komunitas dapat terjadi jika para pengguna saling berinteraksi dan melakukan komunikasi dengan pengguna lainnya, baik itu secara pribadi, maupun dalam kolom komentar, serta memberikan *like* dan membagikan ulang postingan dari akun @ipnukotasantri ataupun akun lainnya. Kendati demikian, interaksi yang terjadi pada *follower* lebih banyak yang memberikan *like* dan hanya menikmati postingan akun @ipnukotasantri. Level dokumen media komunikasi dakwah di akun instagram @ipnukotasantri. Pada postingan akun @ipnukotasantri banyak pesan seperti toleransi antar umat beragama, ucapan selamat hari besar nasional, pesan dari Habib Luthfi bin Yahya, pesan terkait zakat, dan pesan menyambut bulan suci ramdhan, yang disajikan dengan tampilan yang menarik tidak hanya tentang

dakwah saja, namun juga kegiatan lainnya yang memiliki esensi dan makna yang berbeda. Postingan pesan dakwah yang disampaikan melalui akun @ipnukotasantri sudah memiliki *follower*, dengan jumlah *followers* mencapai 3.055 dan 927 postingan yang dibuat dari tahun 2016 hingga saat ini. Level pengalaman dalam di akun instagram @ipnukotasantri. Pengalaman media pada akun @ipnukotasantri terkait dengan motif dan manfaat dalam penyampaian pesan dakwah di akun @ipnukotasantri yaitu dengan penggunaan tagar, gambar atau foto (*quotes*). Yang secara langsung dengan adanya penyampain pesan dakwah dengan *quotes* yang ditambahi dengan unsur desain grafis yang dikemas lebih ringkas, efisien, dan efektif, dan tentunya juga dapat menarik minat *followers*. Dalam memposting *qoutes* tidak sembarangan mengambil sebuah pesan yang mana nantinya akan dipublis di medis sosial, pengambilan sebuah pesan juga perlu tersirat makna didalamnya salah satunya dengan mengambil pesan-pesan yang sebelumnya sudah dikemukakan oleh para habaib, kyai, dan tokoh pahlawan, yang lebih paham ilmu. Strategi penyampaian yang disampaikan juga dengan memanfaatkan media sosial instagram yang mana saat ini sangat banyak digandrungi anak muda.

## **B. Saran**

1. Bagi akademisi penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan maupun referensi tambahan menjadi bahan literatur kepustakaan pada bidang penelitian kualitatif. Terkhusus pada bidang komunikasi mengenai pemanfaatan media social, untuk dijadikan sebagai media untuk dakwah



terutama aplikasi *instagram* yang menjadi salah satu aplikasi yang disering dikunjungi dari berbagai generasi.

2. Bagi akun instagram @ipnukotasantri, untuk terus *mengupgrade* dan aktif dalam membuat konten-konten yang dapat memberikan manfaat bagi penerimanya. Apalagi saat ini instagram sudah banyak digandrungi banyak orang.
3. Bagi masyarakat khususnya pengguna media sosial instagram yang semakin banyak, agar terus memanfaatkan media sosial dengan sebaik mungkin seperti yang dilakukan akun @ipnukotasantri yang membagikan konten-konten tentang pesan dakwah dan kegiatan yang bermanfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amar. 2014. *Al Islamu Shalih Likulli Zamaan Wa Makaan (Islam adalah ajaran yang selalu sesuai dengan kondisi zaman dan tempat)*. Malang: Universits Brawijaya.
- Amin, Muliaty. 2013. *Metodologi Dakwah*, Makassar: Aluddin University. Hlm 32.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Publishing Service.
- Anies, Basalamah, 2004. *Perilaku Organisasi*, Depok: Usaha Kami.
- Anwar, Fahmi, 2017. *Perubahan dan Permasalahan Media Sosial*, Jakarta: Jurnal Muara Ilmu Sosial Humaniora, dan Seni.
- Anwar, Khairul. Admin @ipnukotasantri. Wawancara Pribadi, pada 12 April 2022.
- Arif M. 2012. *Etnografi Virtual : Sebuah Tawaran Metodologis Kajian Media Berbasis Virtual*. Jurnal Komunikasi : Sunan Ampel Surabaya.
- Arikunto, Suharismi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aw, Suranto, 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Grahayu Ilmu.
- Azhar, Muhammad Robbani & Rhafidhilla Vebrynda. 2021. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah (Strategi Nurul Azka dalam Mengelola Akun @Nunuzoo)*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Barnadib, Imam . 1988. *Filsafat pendidikan system dan metode*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Cangara, Hafield. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damyani, Desi Pohan, 2022. *Jornal Educational Research and Social Studies*, UIN Sumatera Utara Medan.
- Edi, Fandi Rossi Sarwo . 2016. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, Yogyakarta : Leutukaprio.
- Effendi, 1996. *Kepemimpinan dan Komunikasi*. Yogyakarta: Al-Amin Press.

- Emzir, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fahmi, Wafik. Ketua @ipnukotasanti periode 2020/2022. Wawancara Pribadi, pada 15 April 2022.
- Fauzia, Ulfa. dan Ahmad Sarbini. 2016. *Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah*, Uin Sunan Gunung Jati: Bandung. Vol. 1
- Haryani, Sri. 2002. *Komunikasi Efektif untuk Mendukung Kinerja Perkantoran*. Jakarta : Logos Wacana Ilmu.
- Ritongan, Muslimin. 2019. *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*. Jurnal Komunikasi Islam, Vol.3, No. 1. Diakses pada tanggal 15 Februari 2022 Pukul 12:00
- Roudhanah, 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta:UIN Press.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT, Remaja rosdakarya.
- Jaya, Safitri et. All. 2019. *Upaya Meningkatkan Pemahaman Masyarakat RPTRA Kelurahan Bintaro akan Manfaat dan Bahaya Teknologi Digital Melalui Penyuluhan Sehat Berbasis Pendidikan*, Jurnal UMJ, Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana.
- Mahdi, M Ivan. *Pengguna media sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*, Data Indonesia.id, Diakses Pada Tanggal, 21 April 2022 Pukul 21:00
- Mahmud, Ahmad. 2002. *Dakwah Islam*, Bogor: Pustaka Thariqul Izzah.
- Mudi , Ahsanuddin. 2004. *Profesional Sosiologi*. Jakarta: Mediatama.
- Munir, Muhammad dan Wahyu Illahi 2012. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Najmul Afad, Mochammad. 2021. *Dinamika Strategi Media Dalam Gerakan Anak Muda : Membaca Media Komunitas Ketjilbergerak Yogyakarta*, Jurnal Media dan Komunikasi. Diakses pada tanggal 1 Maret 2022
- Naburko, Cholid dan Abu Achmadi, 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Nasrullah, Rulli. 2018. *Etnografi Virtual: Riset Budaya Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pegantar Praktis*, Yogyakarta.
- Pane, Evi Septiana. *Tingkat Adopsi Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Produk Industri Kecil dan Menengah*, Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, Vol. 5 No. 1 (Oktober 2014).
- Setyowati. 2006. *Etnografi sebagai Metode Pilihan dalam Penelitian Kualitatif di Keperawatan*. Jurnal Keperawatan Indonesia.
- Siddiq, Mohammad dan salama hartini. 2019. *Etnografi sebagai Teori Metode*. Jakarta: Universitas Ibnu Chaldun.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumanto, 2014. *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Jakarta: CAPS Center of Academic Publishing Service.
- Suryana, 2010. *Metodologi Penelitian, Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Susilana, Rusdi. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: Modul Penelitian UPI.
- Tim Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ulfa, Fauzia, & Ahmadi, Sarbi, 2016. *Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah*. Bandung : Uin Sunan Gunung Jati.
- Umroh, Ulil. 2019. *Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hasan Attaki Melalui Shifi Pemuda Hijrah (Dalam Tjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)*.
- Uswatun Khasanah, Siti. 2021. *Dakwah Kontemporer Nahdlatul Ulama Perubahan dan Disrupsi Sosial Budaya Keagamaan dan Politik*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Widjaya, H.A.W. 1997. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Witanti, Prihatiningsih. 2007. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*, Jurnal Communication.
- Wulandari, Intan indah. 2019. *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Dakwah pada Komunitas Yuk Ngaji Pekanbaru*. UIN Suska Riau.
- Zainal Abidin, Achmad, 2018. *Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian*, Jurnal Media. Vol. 2, No.2.
- Zulkarnain, Afrizal. 2018. *Penggunaan Karya Seni Desain Grafis Pada Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Baca Mad'u di Bandar Lampung.*( Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.)
- Zunanti, wawancara melalui WhatsApp, 12 April 2022, *follower* akun @ipnukotasantri.