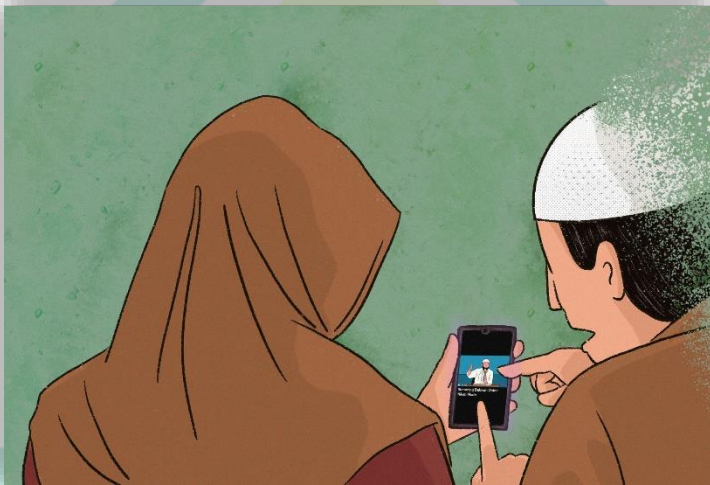




**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA DAKWAH
TERHADAP PEREMPUAN
(STUDI KASUS AKUN @TAULEBIH.ID)**



M. JORDAN FARESA
NIM. 3420146

2025

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA DAKWAH TERHADAP PEREMPUAN
(STUDI KASUS AKUN @TAULEBIH.ID)**

SKRIPSI

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



Oleh:

M. JORDAN FARESA
NIM. 3420146

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2025**

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA DAKWAH TERHADAP PEREMPUAN
(STUDI KASUS AKUN @TAULEBIH.ID)**

SKRIPSI

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



Oleh:

M. JORDAN FARESA
NIM. 3420146

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : M. Jordan Faresa
NIM : 3420146
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP PEREMPUAN (STUDI KASUS AKUN @TAULEBIH.ID)”** 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, 11 Februari 2025

Yang Menyatakan,



M. Jordan Faresa
NIM. 3420146

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Hidayatullah, M.Sos.

Perum Griya Asa Cendekia No. 02 II, Wangandowo, Bojong

Kabupaten Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. M. Jordan Faresa

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 : M. Jordan Faresa

NIM : 3420146

Judul : **PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH TERHADAP PEREMPUAN (STUDI KASUS AKUN @TAULEBIH.ID)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunagasyahkan.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Februari 2025
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: luad.uingusdur.ac.id | Email : luad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **M. JORDAN FARESA**

NIM : **3420146**

Judul Skripsi : **PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA DAKWAH TERHADAP PEREMPUAN
(STUDI KASUS AKUN @TAULEBIH.ID)**

yang telah diujikan pada Hari Rabu, 12 Maret 2025 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. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A.

NIP. 197801052003121002

Penguji II

Firda Aulia Izzati, M.Pd.

NIP. 199201022022032002

Pekalongan, 17 Maret 2025

Disahkan Oleh

Dekan



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

NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

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	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	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	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
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	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	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	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ= a		آ= ā
إ= i	أَي= ai	إِي= ī
أ= u	أَوْ = au	أُو= ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/ Contoh:

مرأة جميلة

ditulis

mar’atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/ Contoh:

فاطمة

ditulis

fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

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

Contoh:

ربنا

ditulis

rabbānā

البر

ditulis

al-barr

5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس	ditulis	asy-syamsu
الرجل	ditulis	ar-rojulu
السيدة	ditulis	as-sayyidinah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	al-qamar
البدیع	ditulis	al-badi'
الجال ل	ditulis	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	ditulis	umirtu
شيء	ditulis	syai'un

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan Syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa banga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan rahmat dan karunia-Nya lah, maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktu yang tepat.
2. Ibu tercinta, Farida Hanim Sebagai sumber kekuatan dan inspirasi terbesar dalam hidup saya. Terima kasih atas segala doa, cinta, dan dukungan tanpa henti yang selalu Ibu berikan. Setiap semangat dan nasihat dari Ibu menjadi cahaya dalam setiap langkah saya.
3. Almarhum Ayah, Sabaro Santoso Meskipun Ayah telah berpulang, cinta dan pengorbanan Ayah tetap abadi dalam hati saya. Terima kasih atas semua nilai kehidupan yang telah Ayah ajarkan dan atas setiap doa yang selalu mengiringi langkah saya. Semoga Ayah beristirahat dengan tenang di sisi-Nya.
4. Dosen Pembimbing Akademik saya, Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. Terima kasih atas segala bimbingan, ilmu, serta motivasi yang telah Ibu berikan selama perjalanan akademik saya. Dukungan dan arahan dari Ibu sangat berarti bagi perkembangan saya sebagai seorang mahasiswa.
5. Dosen Pembimbing Skripsi saya, Bapak Ahmad Hidayatullah, M.Sos. Ucapan terima kasih yang tak terhingga saya haturkan atas kesabaran, ilmu, serta bimbingan yang begitu berharga dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah membimbing saya dengan penuh kesabaran dan dedikasi.
6. Sahabat-sahabat saya , Yang selalu ada dalam suka dan duka, memberikan semangat tanpa henti, mendengar keluh kesah, serta menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Terima kasih atas tawa, kebersamaan, dan dukungan yang membuat segalanya terasa lebih ringan.

MOTTO

“Kamu tidak buruk karena membuat kesalahan, kesalahan adalah pengalaman yang membuatmu lebih berharga sebagai individu”



ABSTRAK

Jordan Faresa, Muhammad. 2025. *Pemanfaatan Akun Instagram sebagai Media Dakwah terhadap Perempuan (Studi Kasus Akun @Taulebih.Id)*. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Ahmad Hidayatullah, M.Sos.

Kata Kunci: Media Dakwah, Instagram, Perempuan Muslim, *Uses and Gratifications*, Komunikasi Digital, Akhlak, Aqidah, Syariah.

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial menjadi salah satu sarana strategis untuk menyampaikan pesan dakwah secara luas dan efektif. Salah satu platform dakwah digital yang berkembang adalah akun Instagram @taulebih.id, yang secara khusus menyasar perempuan Muslim dengan pendekatan yang menarik dan edukatif. Akun ini menghadirkan konten berbasis akhlak, aqidah, dan syariah, serta mengemasnya dalam bentuk yang relevan dengan kehidupan sehari-hari perempuan Muslim.

Dalam penelitian ini akan diulik bagaimana pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah terhadap perempuan serta bagaimana analisis teori *Uses and Gratifications* diterapkan pada akun ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun @taulebih.id membangun komunikasi dakwah yang efektif dan bagaimana audiens memanfaatkan konten yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Riset ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai landasan analisis untuk memahami bagaimana audiens memanfaatkan akun ini dalam memenuhi kebutuhan informatif, spiritual, dan pemberdayaan diri. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis konten. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Interactive Data Analysis* yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman.

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan akun @taulebih.id sebagai media dakwah bagi perempuan Muslim serta analisis teori *Uses and Gratifications* dalam memahami interaksi audiens dengan konten dakwah. Hasilnya menunjukkan bahwa akun ini berhasil memenuhi kebutuhan audiens dalam aspek informasi, spiritualitas, dan pengembangan diri. Kontennya yang edukatif dan aplikatif mampu menjawab kebutuhan audiens terkait pendidikan seksualitas, kesehatan mental, dan nilai-nilai Islami dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan fitur interaktif seperti komentar dan sesi tanya jawab, akun ini menciptakan ruang dialog yang meningkatkan keterlibatan

serta membangun kepercayaan audiens. Akun @taulebih.id membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang efektif dan relevan bagi perempuan Muslim di era digital.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita. Shalawat serta salam dihaturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun ke jalan menuju keberhasilan dalam setiap proses mengerjakan skripsi hingga akhir.

Atas nikmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "*Pemanfaatan Akun Instagram sebagai Media Dakwah terhadap Perempuan (Studi Kasus Akun @taulebih.id)*" dengan baik. Penelitian ini menganalisis pemanfaatan akun @taulebih.id sebagai media dakwah digital yang menyasar perempuan Muslim, dengan pendekatan berbasis akhlak, aqidah, dan syariah. Akun ini secara konsisten menghadirkan konten yang edukatif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan audiens perempuan di era digital. Berdasarkan teori *Uses and Gratification*, ditemukan bahwa akun ini efektif dalam memberikan informasi Islami yang terpercaya, memperkuat keimanan, dan memberdayakan perempuan untuk menjalani kehidupan sesuai ajaran Islam. Selain itu, melalui kombinasi ilmu pengetahuan, dalil agama, dan visual yang menarik, akun ini berhasil membangun ruang refleksi sekaligus dialog yang mendukung audiens menghadapi tantangan kehidupan modern. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi khalayak umum maupun program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam mengembangkan dakwah berbasis media digital.

Selain itu, penulis sadar bahwa pembuatan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ucapkan banyak terima kasih kepada:

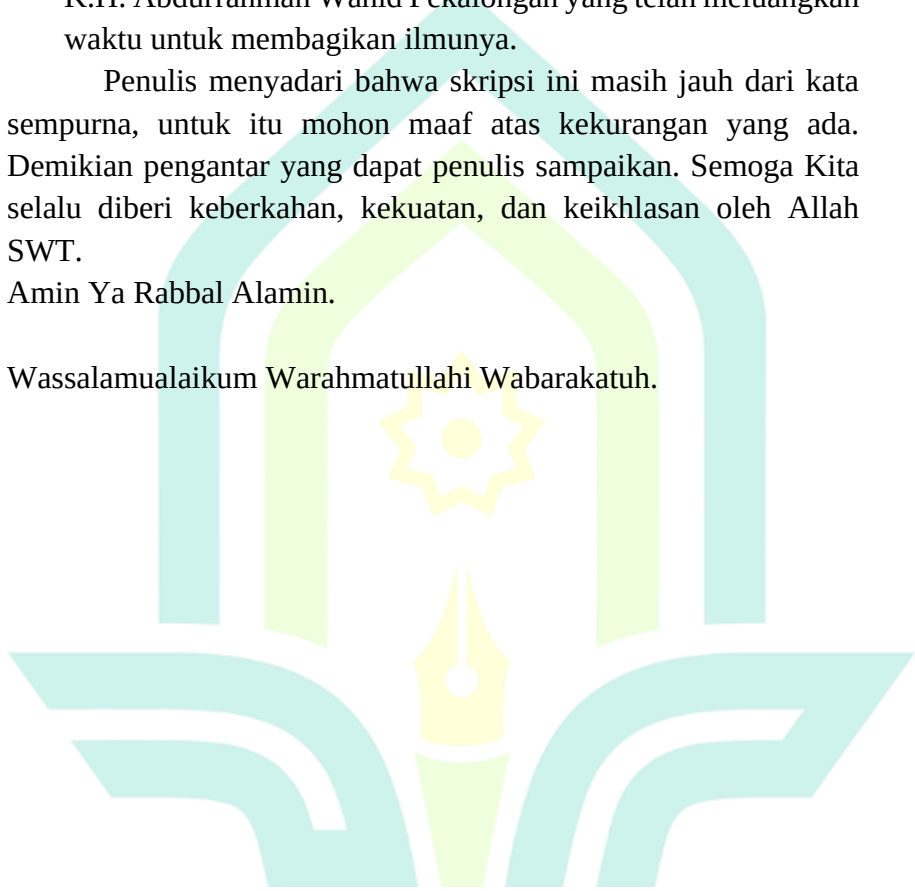
1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.

3. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Ahmad Hidayatullah, M.Sos. selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas bimbingan, waktu, dan kesabaran dalam proses mengarahkan skripsi ini.
5. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. Selaku Wali Dosen.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah meluangkan waktu untuk membagikan ilmunya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu mohon maaf atas kekurangan yang ada. Demikian pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga Kita selalu diberi keberkahan, kekuatan, dan keikhlasan oleh Allah SWT.

Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

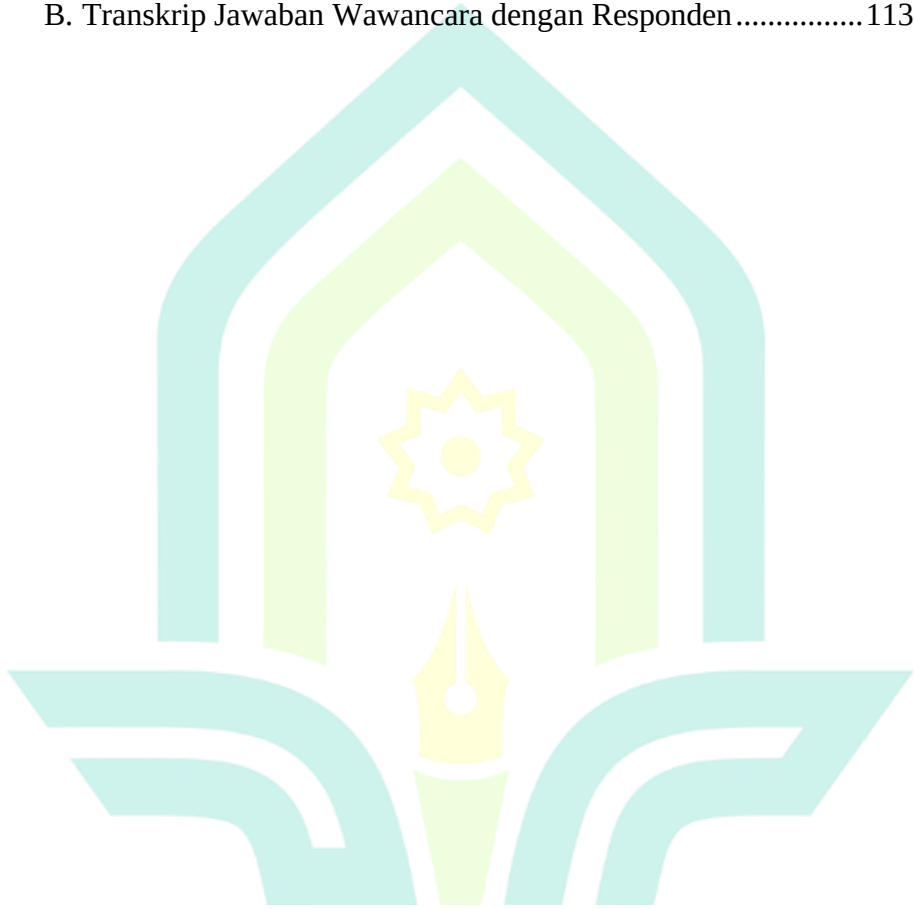


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Penelitian Relevan	6
F. Kerangka Penelitian.....	8
G. Metodologi Penelitian	9
1. Paradigma Penelitian	9
2. Pendekatan dan Jenis Penelitian	10
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	10
4. Sumber Data	11
5. Teknik Pengumpulan Data.....	12
6. Teknik Keabsahan Data	13
7. Teknik Analisis Data	14
H. Sistematika Pembahasan	15
BAB II.....	16
A. Teori Dakwah	16
1. Pengertian Teori Dakwah	16
2. Prinsip-prinsip Dakwah	17
3. Materi Dakwah	23
B. Media Dakwah.....	25

C. Media Sosial	27
1. Sejarah Media Sosial	27
2. Pengertian Media Sosial	27
3. Karakteristik Media Sosial.....	28
4. Fungsi Media Sosial.....	29
D. Teori <i>Uses and Gratification</i>	29
BAB III	33
A. Gambaran Umum Pemanfaatan Akun Instagram @taulebih.id sebagai Media Dakwah terhadap Perempuan Berdasarkan Aspek Materi Dakwah.	33
1. Aspek Materi Dakwah Akhlak	34
2. Aspek Materi Dakwah Syariah	39
B. Gambaran Umum Teori <i>Uses and Gratification</i> Terhadap Akun Instagram @Taulebih.Id Sebagai Media Dakwah Terhadap Perempuan 45	
1. Penggunaan Media.....	45
2. Kebutuhan dan Motivasi Penggunaan	47
3. Kepuasan Penggunaan	50
4. Interaksi dan <i>Engagement</i>	52
5. Persepsi terhadap Akun	55
6. Umpan balik dan Harapan	57
BAB IV	60
A. Analisis Pemanfaatan Akun Instagram @taulebih.id sebagai Media Dakwah terhadap Perempuan	60
1. Analisis Postingan dengan Aspek Materi Dakwah Akhlak ..	61
2. Analisis Postingan dengan Aspek Materi Dakwah Syariah..	73
B. Analisis Teori <i>Uses and Gratification</i> Terhadap Akun Instagram @Taulebih.Id sebagai Media Dakwah Terhadap Perempuan ...	83
1. Analisis Penggunaan Media.....	83
2. Analisis Kebutuhan dan Motivasi Penggunaan	87
3. Analisis Kepuasan Penggunaan	90
4. Analisis Interaksi dan <i>Engagement</i>	95
5. Analisis Persepsi terhadap Akun	99
6. Analisis Umpan Balik dan Harapan.....	102
BAB V	106

A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	111
A. Daftar Pertanyaan Penelitian Pemanfaatan Akun Instagram Sebagai Media Dakwah Terhadap Perempuan (Studi Kasus Akun @Taulebih.Id).....	111
B. Transkrip Jawaban Wawancara dengan Responden.....	113



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, mencakup hampir seluruh bagian dunia tidak terkecuali dengan negara tercinta kita ini Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia menurut data dari *we are social* adalah 274,9 Juta jiwa. Dimana ada 49,7% penduduknya adalah wanita dan 50,3% penduduknya adalah laki-laki. Penduduk dengan usia 13 tahun berjumlah 77,5%, penduduk di atas 18 tahun sebanyak 69,1%, sedangkan penduduk dengan usia 16-64 tahun berjumlah 66,2%. Data tersebut menunjukkan bahwa saat ini Indonesia memiliki penduduk yang relatif ada dalam katagori emas dan tidak gagap dengan teknologi. Hal tersebut senada dengan data yang menunjukkan bahwa saat ini di Indonesia terdapat 202,6 juta jiwa sebagai pengguna internet secara aktif dan pengguna aktif media sosial juga telah mencapai angka 170 juta jiwa. Angka tersebut terbilang cukup fantastis dikarenakan hampir 75% masyarakat indonesia terkoneksi dengan internet dan juga menggunakan media sosial.¹

Agama Islam mendorong dakwah untuk menyebarkan ajaran agama dengan tujuan mengembangkan potensi manusia agar diakui oleh Tuhan dan sejarah, tanggung jawabnya adalah seluruh umat Islam.² Dakwah dijadikan sebagai usaha menarik seorang muslim agar berjalan di jalan Allah secara komprehensif melalui berbagai cara seperti komunikasi lisan, tulisan, pemikiran, dan tindakan. Ini merupakan implementasi aspek kebenaran dan kebaikan spiritual berdasarkan prinsip-prinsip Islam.³

Dakwah Islam merupakan salah satu upaya yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung transformasi

¹ Social, W. A. (2022). *Indonesia Digital Report 2022*. Diambil dari We Are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> diakses pada 8 April 2024

² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Raja Grafindo Persada, 2011). Hlm. 44

³ Asep Muhidin, *Dakwah Dalam Perspektif Alquran: Studi Krisis Atas Visi, Misi Dan Wawasan* (Pustaka Setia, 2002). Hlm. 32

sosial menuju kehidupan yang lebih Islami. Dakwah bukan hanya tentang menyampaikan ajaran agama, tetapi juga mengajak individu dan kelompok untuk mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan dakwah yang efektif, masyarakat dapat mengalami perubahan positif, baik dari segi spiritual, moral, maupun sosial. Perubahan ini mencakup peningkatan dalam hal ibadah, perilaku yang lebih etis, serta terciptanya solidaritas dan kesalehan sosial dalam komunitas Muslim. Dakwah yang dilakukan secara berkesinambungan dan berlandaskan prinsip-prinsip Islam mampu mengarahkan masyarakat untuk lebih dekat kepada Allah dan menjalankan perintah-Nya dalam segala aspek kehidupan.⁴

Dakwah pada dasarnya adalah panggilan untuk mendorong kebaikan dan menghindari keburukan. Ini merupakan tugas yang ditetapkan bagi umat Islam untuk selalu berupaya melakukan perbuatan baik dan menjauhi perbuatan buruk. Dakwah dalam Islam adalah kewajiban yang diperintahkan oleh Allah kepada umat Islam untuk menyebarluaskan ajaran agama, mendorong kebaikan, dan mencegah kemungkaran. Hukum dakwah didasarkan pada berbagai ayat Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW yang menekankan pentingnya menyampaikan pesan Islam dengan cara yang baik dan bijaksana.⁵

Pendakwah menggunakan Instagram untuk menyebarkan ajaran Islam dengan harapan menyampaikan informasi dan pemahaman tentang agama. Dakwah di Instagram memanfaatkan fitur platform tersebut dengan pendekatan menarik namun tetap mempertahankan nilai-nilai dakwah.⁶ Banyak akun dakwah di Instagram menyebarkan pesan Islam dari Alquran dan hadis, termasuk @taulebih.id, platform pendidikan seksual berbasis Islam yang didirikan oleh Zhafira Aqyla pada tahun 2021.

⁴ Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif: Kajian Aspek-Aspek Kunci Dalam Islam* (Prenada Media, 2015). Hlm. 145

⁵ Syafii. Hasan, *Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran Dan Sunnah*. (Pustaka Pelajar, 2018). Hlm. 95

⁶ Ahmad Kholid, *Agama (Kultural) Masyarakat Pinggiran* (UIN Maliki Press, 2011). Hal 24.

Media massa telah berkembang pesat, termasuk dengan munculnya media online selain media cetak dan elektronik. Istilah "massa" mengacu pada audiens atau penerima pesan seperti penonton, khalayak, pemirsa, atau pembaca.⁷ Instagram telah muncul sebagai platform media sosial yang sangat berpotensi untuk dakwah di era digital ini. Dengan fitur-fiturnya yang berbasis gambar dan video, Instagram memungkinkan para dai untuk menyampaikan pesan Islam secara visual, yang dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas. Konten visual seperti foto, video pendek, dan infografis dapat mempermudah pemahaman pesan dakwah dan meningkatkan daya tarik. Selain itu, fitur Cerita (*Stories*) dan siaran langsung (*Live*) pada Instagram menyediakan kesempatan untuk melakukan dakwah secara real-time, memungkinkan interaksi langsung dengan pengikut melalui sesi tanya jawab atau berbagi momen penting.⁸

Informasi tentang pendidikan seksual dapat diakses dan dipahami oleh banyak pengguna Instagram melalui akun Instagram @taulebih.id. Pesan yang disampaikan tidak hanya ditujukan kepada satu atau dua orang, melainkan kepada khalayak yang lebih luas. Pemanfaatan akun Instagram sebagai media dakwah memiliki urgensi yang tinggi dalam konteks dakwah modern karena beberapa alasan penting. Pertama, Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan pengguna yang pesat dan jangkauan global yang luas. Hal ini memberikan kesempatan unik untuk menyebarluaskan pesan Islam ke audiens yang lebih besar dan beragam. Penelitian dapat membantu memahami bagaimana akun-akun dakwah di Instagram memanfaatkan fitur-fitur seperti foto, video, dan cerita untuk menyampaikan pesan secara efektif.⁹

Selain itu, besarnya pengguna media sosial yang ditunjukkan pada data yang disampaikan di paragraf pertama pada bagian latar

⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Rajawali Press, 2019). Hal 2-5.

⁸ Abdul Hadi, *Dakwah Digital: Strategi Dan Implementasi Di Media Sosial* (Kencana Prenada Media Group, 2017). Hlm. 115

⁹ Hadi, *Dakwah Digital: Strategi Dan Implementasi Di Media Sosial*. Hlm. 117

belakang penelitian ini, menunjukkan potensi banyaknya mad'u yang dapat dijangkau bilamana melaksanakan dakwah melalui media digital salah satunya adalah instagram. Hal ini menjadikan topik terkait pemanfaatan akun instagram @taulebih.id yang memberikan konten-konten edukasi terkait perempuan berbasis islam, penting untuk diteliti. penelitian ini juga relevan untuk memahami bagaimana dakwah di Instagram dapat menghadapi tantangan seperti penyesuaian dengan etika dan ajaran Islam, serta menghindari potensi konten yang dapat menimbulkan kontroversi atau kesalahpahaman.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media dakwah telah terbukti efektif dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan pemahaman tentang berbagai aspek kehidupan Islami, termasuk fiqih perempuan dan tema-tema sosial lainnya. Namun, studi tentang pendidikan seksualitas berbasis Islam masih sangat terbatas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan konten dakwah yang lebih inklusif dan relevan bagi perempuan, serta mendorong diskusi yang lebih terbuka mengenai topik sensitif ini dalam konteks keagamaan.

Berdasarkan analisis konten dari akun @taulebih.id, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana pesan-pesan dakwah terkait pendidikan seksualitas disampaikan dan diterima oleh audiens perempuan. Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang strategi dakwah yang efektif serta dampaknya terhadap pemahaman dan sikap perempuan terhadap pendidikan seksualitas dalam kerangka Islam.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian lebih lanjut mengenai pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id sebagai Media Dakwah, terutama di kalangan kaum perempuan dirasa penting untuk dilakukan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji topik "Pemanfaatan Akun Instagram Sebagai Media Dakwah Terhadap Perempuan (Studi Kasus Akun @Taulebih.Id)"

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan, ditarik rumusan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah terhadap perempuan?
2. Bagaimana analisis Teori *Uses and Gratification* terhadap akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah terhadap perempuan?

C. Tujuan Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah di atas maka terdapat tujuan penulisan terkait “Pemanfaatan Akun Instagram Sebagai Media Dakwah Terhadap Perempuan” untuk mencapai hasil yang sesuai dalam penelitian ini, yakni diantaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah terhadap perempuan
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis Teori *Uses and Gratification* terhadap akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah terhadap perempuan.

D. Kegunaan Penelitian

Selaras dengan tujuan riset ini, Riset ini diharapkan untuk dapat memberikan manfaat praktis dan teoritis berikut:

1. Kegunaan Praktis

Riset ini diharapkan dapat andil bagian dalam menambah wawasan dan pengalaman langsung peneliti berkaitan dengan pemanfaatan media sosial khususnya instagram sebagai media dakwah dari mulai strategi konten, hingga peningkatan efektivitas dakwah melalui media dakwah.

2. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmiah dan pemikiran bagi pembaharuan keilmuan dakwah melalui media sosial sebagai medium dakwah khususnya instagram sebagai media dakwah dari mulai strategi konten, hingga peningkatan efektivitas dakwah melalui media dakwah.

E. Penelitian Relevan

Beberapa riset yang telah dilakukan sebelumnya yang dianggap relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Riset yang dilakukan oleh Tryawinda Kiranajaya pada tahun 2023. Penelitian ini berupaya mengevaluasi peran akun Instagram @taulebih.id sebagai sumber pengetahuan seksual bagi para pengikutnya. Temuan tesis mengungkapkan bahwa akun ini berfungsi sebagai penyalur informasi mengenai pengetahuan seksual berbasis Islam yang diciptakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini diyakini akan memungkinkan pengikut dan pengguna Instagram lainnya memperluas pemahaman mereka tentang seksualitas. Informasi dan inisiatif yang diberikan oleh @taulebih.id diyakini akan membantu menormalisasi pendidikan seksual di Indonesia.¹⁰ Perbedaan, penelitian sebelumnya membahas terkait Pendidikan seksualitas sedangkan penelitian ini berfokus tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Persamaan, objek yang diteliti sama yaitu akun @taulebih.id.
2. Riset yang dilakukan oleh Muhammad Siddiq, Muhammad Husni Ritonga, dan Fatma Yulia pada tahun 2023. Tujuannya untuk melihat bagaimana masyarakat memanfaatkan Instagram untuk mengakses akun @quranreview dan bagaimana hal ini dimasukkan ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan akun Instagram Ulasan Al-Qur'an efektif meningkatkan pemahaman remaja terhadap Al-Qur'an dan ajaran Islam di Griya Martubung.¹¹ Perbedaan, objek yang diteliti berbeda akun dan pembahasannya berbeda. Penelitian sebelumnya berfokus pada ajaran Al-Qur'an sedangkan penelitian ini

¹⁰ Tryawinda Kiranajaya, 'Peran Akun Instagram @Taulebih.Id Sebagai Media Informasi Pengetahuan Seksual Bagi Followers' (UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023).

¹¹ Muhammad Siddiq, Muhammad Husni Ritonga, and Fatma Yulia, 'Pola Penggunaan Akun Instagram @quranreview Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Di Kalangan Remaja Di Griya Martubung', *Masaliq*, 3.5 (2023), pp. 699–716, doi:10.58578/masaliq.v3i5.1353.

berfokus pada pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Persamaannya terletak pada media sosial yang digunakan

3. Berikutnya riset yang dilakukan oleh Shafira Lili Ramadhanti pada tahun 2022 memiliki beberapa tujuan, yaitu: (1) untuk mengetahui materi dakwah tentang fiqih wanita yang disajikan dalam akun Instagram @kartun.muslimah, (2) untuk mengetahui pandangan para pengikut akun tersebut tentang model penyajian pesan dakwah tentang fiqih wanita, dan (3) untuk mengetahui bagaimana pemahaman para pengikut tentang konten fiqih wanita tersebut dalam meningkatkan pengetahuan keagamaan mereka. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa: (1) Pada bulan Februari 2022, akun @kartun.muslimah mengunggah 4 materi fiqh wanita, yaitu Bab Menikah, Shalat, Aurat, dan Amalan Sunnah. (2) Model penyajian konten fiqih wanita di akun @kartun.muslimah menggunakan teori desain komunikasi visual, dengan elemen ilustrasi yang menggambarkan konten kartun muslimah dengan gaya flat design. Penggunaan tipografi dalam konten fiqih menggunakan huruf jenis Sans Serif, dan layout disusun dengan penempatan elemen teks judul dan elemen visual yang sesuai. (3) Pemahaman pengikut terhadap materi fiqih wanita meningkat, khususnya dalam materi pernikahan, aurat, dan shalat.¹² Perbedaan, penelitian sebelumnya berfokus membahas fiqh Wanita sedangkan penelitian ini lebih membahas pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah serta objek yang diteliti merupakan akun yang berbeda. Persamaannya, kedua penelitian ini menggunakan media sosial yang sama dan objek gendernya sama.
4. Selanjutnya riset yang dilakukan oleh Nabila Aditya, Meuthia Putri, dan Rizki Dwi Lestari pada tahun 2023 Tujuannya untuk mengevaluasi dampak dakwah yang diberikan lewat akun TikTok @msalbaniquotes untuk peningkatan kepaahaman

¹² Shafira Lili Ramadhanti, 'Penggunaan Instagram @kartun.Muslimah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Keagamaan Followers' (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2022).

masyarakat terhadap agama Islam. Dakwah dicapai dengan menggunakan konten yang menarik dan singkat, memilih informasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, memastikan kualitas dan keterlibatan para dai, dan menanggapi pertukaran.¹³ Perbedaannya terletak pada platform media sosial yang dijadikan objek penelitian; penelitian sebelumnya menggunakan TikTok, namun penelitian ini menggunakan Instagram. Namun penekanan perdebatan mereka sama, khususnya ilmu agama.

5. Kemudian, riset yang dilakukan oleh Ema Ma'rifah Wahyuningtias pada tahun 2022 bertujuan untuk meneliti apakah terdapat pengaruh dari pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @loveshugah terhadap pemahaman keagamaan pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara pesan dakwah dari akun Instagram @loveshugah (X) terhadap pemahaman keagamaan para pengikut (Y), dengan tingkat regresi sebesar 0,189 dan nilai t sebesar 4,545. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keagamaan pengikut dapat dijelaskan secara signifikan melalui pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @loveshugah.¹⁴ Perbedaan, penelitian sebelumnya memiliki perbedaan objek akun yang akan diteliti yaitu @loveshugah dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Persamaannya menggunakan media sosial yang sama.

F. Kerangka Penelitian

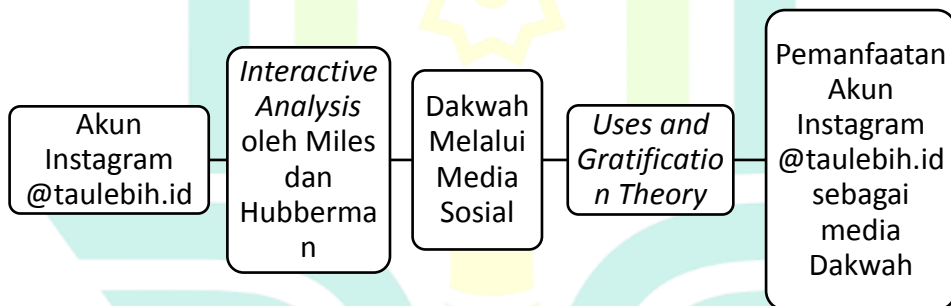
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi Instagram sebagai media dakwah kepada perempuan, dengan studi kasus pada akun @taulebih.id. Peneliti ingin menggali bagaimana konten dakwah di akun ini dikemas dan disampaikan kepada audiens

¹³ Nabila Aditya, Meuthia Putri, and Rizki Dwi Lestari, 'Efektivitas Dakwah Akun Tiktok @MSALBANIQUOTES Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Islam Bagi Masyarakat', *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 3.1 (2023), pp. 11–21, doi:10.36420/dawa.v3i1.295.

¹⁴ Ema Ma'rifah Ayuningtyas, 'Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @loveshugah Terhadap Pemahaman Keagamaan Followers', *UIN Syarif Hidayatullah* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

perempuan, serta bagaimana konten tersebut memengaruhi persepsi mereka terhadap ajaran Islam. Berdasarkan teori *Uses and Gratification*, penelitian ini akan menganalisis motif perempuan dalam memilih mengikuti akun ini dan bagaimana kepuasan yang mereka dapatkan dari konten dakwah yang dibagikan.

Peneliti akan menggunakan metode analisis isi untuk mengkaji elemen-elemen dalam konten akun @taulebih.id, mulai dari gambar, teks, hingga interaksi di kolom komentar. Metode *Interactive Analysis* oleh Miles dan Huberman digunakan sebagai panduan dalam analisis data kualitatif, dengan fokus pada tema-tema dakwah yang muncul serta respons dari audiens. Data ini akan membantu menilai apakah konten yang disajikan mampu memenuhi kebutuhan spiritual, sosial, dan edukatif perempuan sebagai audiens utama. Kemudian, hasil dari analisis ini akan menunjukkan bagaimana pemanfaatan penggunaan Instagram sebagai media dakwah modern. Setelah analisis ini selesai, peneliti akan menyimpulkan sejauh mana pemanfaatan akun @taulebih.id sebagai media dakwah yang efektif bagi perempuan.



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian.

G. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma konstruktivisme diterapkan dalam penelitian ini. Paradigma ini merupakan suatu kerangka pemikiran yang menekankan pada konsep bahwa pengetahuan dan realitas sosial dibangun atau dikonstruksi secara aktif oleh individu melalui interpretasi mereka terhadap pengalaman dan

interaksi dengan. Paradigma ini mengimplementasikan berbagai jenis konstruksi dan mengintegrasikannya ke dalam suatu konsensus. Proses ini mencakup dua aspek utama, yakni hermeneutik dan dialektik. Hermeneutik melibatkan tindakan mengaitkan teks, percakapan, tulisan, atau gambar dalam upaya pemahaman mendalam. Di sisi lain, dialektik menggunakan dialog sebagai metode eksplorasi untuk menginvestigasi pemikiran subjek yang tengah diteliti, dengan tujuan membandingkannya dengan sudut pandang dan perspektif peneliti. Dengan demikian, pencapaian harmoni dalam komunikasi dan interaksi dapat dioptimalkan.¹⁵

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yang berorientasi pada deskripsi mendalam dan rinci untuk memahami kondisi pada suatu konteks. Fokus utama dalam pendekatan ini adalah memberikan gambaran yang akurat dan terperinci mengenai apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, menggambarkan realitas dalam konteks alami (*natural setting*) terkait bagaimana pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id terhadap kepuasan dan pemenuhan kebutuhan audiens. Riset ini diklasifikasikan sebagai riset deskriptif, yang bertujuan menjelaskan atau mendeskripsikan keadaan secara objektif dan menginterpretasi objek berdasarkan kondisi sebenarnya, peristiwa, atau aspek-aspek yang terkait. Pemilihan jenis penelitian ini memungkinkan eksplorasi yang mendalam terhadap variabel-variabel yang dapat diungkap baik melalui analisis angka-angka maupun melalui narasi deskriptif.¹⁶

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah elemen utama yang menjadi sumber data yang akan diamati, dievaluasi, dan dianalisis guna memperoleh informasi atau keterangan yang diperlukan oleh

¹⁵ Neuman William Lawrence, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, Edisi ke-7 (Pearson Education, 2013).

¹⁶ Cut Medika Zellatifanny dan Bambang Mudjiyanto, 'Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi', *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1.2 (2018), 83–90 <<https://doi.org/10.33/diakom.v1i2.20>>. Hlm. 84.

peneliti. Dalam konteks ini, subjek dapat berupa individu, kelompok, atau entitas lain yang relevan dengan topik penelitian. Untuk penelitian ini, subjek yang dipilih adalah media dakwah, yang dalam hal ini merujuk secara khusus pada platform Media Sosial Instagram. Media ini menjadi wadah penyampaian pesan dakwah kepada khalayak, dan aktivitas di dalamnya akan dianalisis untuk memahami bagaimana fungsi serta efektivitasnya sebagai media penyebaran ajaran Islam, terutama yang menysasar pada perempuan.

Sementara itu, objek penelitian mengacu pada sesuatu yang menjadi pokok atau inti kajian. Objek ini adalah hal yang ingin dipahami, dijelaskan, atau dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut. Objek dapat berbentuk fenomena, konsep, masalah tertentu, atau bahkan gejala sosial yang berkembang dalam masyarakat. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan pengamatan dan analisis yang mendalam terhadap objek tertentu dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan informasi yang lebih efektif mengenai topik yang sedang dikaji. Pada penelitian ini, objek yang diteliti adalah akun Instagram @taulebih.id, yang akan dianalisis untuk mengetahui bagaimana akun tersebut berperan dalam menyampaikan pesan dakwah secara khusus kepada perempuan serta bagaimana interaksi yang terjadi antara akun tersebut dengan pengikutnya.

4. Sumber Data

Data dalam penelitian dapat dikatakan sebagai acuan dari keberhasilan suatu kajian yang diteliti, penelitian tidak dapat dilakukan apabila tidak ada data yang terkumpul yang mampu mendukung hipotesis dari penulis. Terdapat dua jenis data yang diperlukan dalam mengolah kajian penelitian yang dilakukan oleh penulis, antara lain:

- a. Sumber data primer, yakni sumber data yang dihasilkan dari sumber utama atau data yang dihasilkan tanpa perantara. Pada penelitian ini data tersebut berasal dari data primer diperoleh dari pengikut, pendiri dan atau pengelola

akun Instagram @taulebih.id, yang merupakan objek penelitian.

- b. Sumber data sekunder, yakni merupakan data pendukung yang berasal dari referensi terkait topik penelitian, yakni referensi buku, jurnal, dan artikel terkait dengan penelitian yang dilakukan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Proses pencarian data dalam penelitian ini, peneliti harus memeriksa keakuratan dan ketersediaan sumber data. Beberapa uraian prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

a. Studi Dokumentasi

Data sekunder dikumpulkan dengan menggunakan pendekatan dokumentasi, yang meliputi kajian literatur, jurnal, dan penelitian terdahulu, seperti skripsi. Dalam penelitian ini data dokumentasi berupa screenshot foto-foto postingan Instagram @taulebih.id yang memuat materi dalam feed seperti foto, gambar atau video grafis, Instagram Stories, Reel, profil akun @taulebih.id, dan komentar dari pengikut serta memberikan referensi pada bahan-bahan pustaka.

b. Studi Wawancara

Wawancara atau yang biasa disebut dengan wawancara adalah penyampaian pertanyaan secara lisan kepada orang-orang yang ahli dalam topik yang sedang diselidiki. Dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang berkembang pesat, prosedur tanya jawab semakin mudah dan terasa tidak terbatas jarak dan waktu, berkat penggunaan berbagai media yang mudah diakses.

Dalam penelitian ini, peneliti menimplementasikan serangkaian wawancara dengan *followers* akun @taulebih.id. Penulis melakukan wawancara kepada *followers* melalui formulir online yang peneliti sediakan. Wawancara ini dimaksudkan untuk menggali informasi

yang nantinya dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah kedua dalam penelitian ini.

c. Studi Observasi

Observasi menjadi strategi untuk mengumpulkan data dengan mengamati secara sistematis dan mencatat berbagai kejadian yang diselidiki. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati akun Instagram @taulebih.id untuk pengikut akun, views pada video, jumlah like postingan dan, komentar dari pengikut pada postingan.¹⁷

6. Teknik Keabsahan Data

Dalam riset ini peneliti akan menerapkan teknik tringulasi yang merupakan Validasi merupakan suatu metode yang diimplementasikan untuk menguji keabsahan informasi, menentukan apakah data yang dievaluasi oleh peneliti dianggap valid atau tidak.¹⁸ Dipilihnya teknik Tringulasi sebagai keabsahan data yang mana sudah sesuai dengan pendekatan penelitian berupa kualitatif Adapun keabsahan data menggunakan teknik Trianagulasi Sumber.

Tringulasi Sumber merupakan metode untuk menguji keabsahan data dengan menggunakan data dari berbagai sumber informan. Pendekatan ini melibatkan pemeriksaan dan perbandingan data yang diperoleh oleh peneliti melalui berbagai informan sebagai langkah untuk menjamin keandalan dan ketepatan informasi yang ditemukan. Dengan menerapkan tringulasi sumber, peneliti dapat meminimalkan risiko bias atau kesalahan dalam interpretasi data, sehingga hasil penelitian menjadi lebih terpercaya.

Langkah tersebut memegang peran krusial dalam menguji keandalan data penelitian, karena dapat memperkuat

¹⁷ Hasyim Hasanah, 'TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)', *At-Taqaddum*, 8.1 (2017), p. 21, doi:10.21580/at.v8i1.1163. hlm. 28

¹⁸ Andarusni Alfansyur dan Mariyani, 'Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial', *Historis*, 5.2 (2020), hlm. 76

validitas dan reliabilitas suatu riset melalui integrasi data dari berbagai metode, teori, atau sumber.

7. Teknik Analisis Data

Dalam riset ini, analisis data dilakukan dengan menerapkan model *Interactive Analysis* yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Proses analisis data ini melibatkan tiga tahap kunci, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan..

- a. Pemilahan data (*Data Reduction*), tahap ini merupakan proses awal dalam analisis data kualitatif. Pada tahap ini, peneliti mengurangi kompleksitas data dengan merinci, memilih, dan menyajikan elemen data yang paling penting atau representatif. Hal ini dilakukan dengan mengorganisir dan menyederhanakan data, membuat abstraksi, dan menciptakan kategori atau konsep untuk mengidentifikasi pola atau temuan utama.
- b. Menyajikan data (*Data Display*), Pada tahap ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk yang mudah dimengerti, seperti tabel, matriks, atau diagram. Hasil dari proses ini dapat berupa visualisasi data, menciptakan tabel atau matriks, dan menggunakan diagram untuk menggambarkan hubungan atau pola yang ditemukan.
- c. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing/verification*), pada tahap akhir dalam analisis data ini peneliti mengonfirmasi dan memastikan keakuratan interpretasi dan temuan yang telah ditemukan sepanjang proses analisis. Tujuannya adalah memastikan bahwa temuan yang dihasilkan dapat diandalkan dan valid.¹⁹

Dengan menggunakan teknik analisis data tersebut nantinya diharapkan penulis dapat menyajikan dan menghasilkan data penelitian yang andal, sehingga tujuan dari penelitian ini dapat tercapai dengan maksimal.

¹⁹ Mathew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis*, Second Edi (California: SAGE Publications, 1994), MCCCIV <<https://vivauniversity.files.wordpress.com/2013/11/milesandhuberman1994.pdf>>.

H. Sistematika Pembahasan

Rancangan sistematika penulisan penelitian ini tersusun atas beberapa Bab antara lain:

BAB I: Berisi pendahuluan dengan menguraikan latar belakang masalah, batasan lingkup, serta perumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian literatur yang relevan, metode penelitian, dan struktur sistematika pembahasan.

BAB II: Berisi teori kajian dalam penelitian ini diantaranya Teori Dakwah, Media Dakwah, Media Sosial serta Teori *Uses and Gratification* sebagai landasan teoritis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini.

BAB III. Berisi uraian tentang gambaran umum serta data mentah penelitian mengenai persepsi perempuan terkait motif, kepuasan, dan intensitas, serta gambaran penerapan *Uses and Gratification Theory* terhadap akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah.

BAB IV. Berisi uraian tentang hasil penelitian dalam hal ini adalah bagaimana Bagaimana pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah terhadap perempuan Dengan didukung oleh *Uses and Gratification Theory*.

BAB V. Berisi rangkuman temuan, serta rekomendasi terkait penelitian yang telah dilakukan, dengan tujuan agar dapat menjadi landasan untuk penelitian yang akan datang

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial menjadi salah satu sarana strategis untuk menyampaikan pesan dakwah secara luas dan efektif. Penelitian ini menganalisis pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id sebagai media dakwah yang menyasar perempuan Muslim. Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan ditemukan hasil diantaranya. Pertama, akun Instagram @taulebih.id dengan pendekatan yang sederhana namun mendalam, akun ini secara konsisten menghadirkan konten berbasis akhlak, aqidah, dan syariah. Dalam aspek akhlak, akun ini mengajak audiens untuk menghargai diri sendiri dan menghormati sesama. Aspek aqidah terlihat dari upaya memperkuat keimanan melalui pembahasan isu kontemporer yang dikaitkan dengan dalil Al-Qur'an dan hadis. Sementara itu, aspek syariah ditampilkan melalui konten praktis yang memberikan panduan Islami dalam kehidupan sehari-hari.

Kedua, Berdasarkan analisis menggunakan teori *Uses and Gratification*, akun ini terbukti mampu memenuhi kebutuhan audiens perempuan Muslim dalam aspek informasi, spiritual, dan pemberdayaan. Kontennya yang edukatif dan aplikatif berhasil menjawab kebutuhan audiens terkait pendidikan seksualitas, kesehatan mental, dan pengembangan diri. Dengan memanfaatkan fitur interaktif, akun ini menciptakan ruang dialog yang meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan audiens. Akun @taulebih.id secara efektif memadukan pendekatan Islami dengan komunikasi digital modern, sehingga mampu menjadi media dakwah yang relevan, bermakna, dan berdaya guna bagi perempuan Muslim di era digital..

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pemanfaatan akun Instagram @taulebih.id sebagai media

dakwah terhadap perempuan yang dikaji melalui teori *Uses and Gratification*, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

Pertama, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan analisis dan kedalaman kajian. Oleh karena itu, kepada peneliti selanjutnya disarankan agar lebih memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan audiens yang lebih beragam, misalnya dengan meneliti reaksi audiens dari berbagai latar belakang sosial atau usia. Selain itu, penelitian lebih mendalam tentang jenis konten yang paling efektif dalam menyampaikan dakwah kepada perempuan muda juga dapat memberikan wawasan yang lebih konkret tentang keberhasilan media sosial sebagai alat dakwah Islami.

Kedua, kepada audiens @taulebih.id, khususnya perempuan Muslim, diharapkan agar dapat terus aktif dalam memanfaatkan konten edukatif yang disediakan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang berbagai isu, termasuk pendidikan seksualitas, kesehatan mental, dan pengembangan diri sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, audiens juga disarankan untuk berpartisipasi dalam fitur-fitur interaktif seperti diskusi, Q&A, atau webinar yang disediakan, guna memperkuat keterlibatan mereka dalam upaya dakwah yang dilakukan.

Ketiga, kepada pengelola akun @taulebih.id, diharapkan dapat terus konsisten dalam menyajikan konten berkualitas dengan pendekatan yang relevan bagi generasi muda, terutama dalam menjawab isu-isu terkini yang menjadi perhatian perempuan Muslim. Pelibatan ahli dalam bidang tertentu, seperti psikologi atau kesehatan, diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas dan kedalaman informasi yang disajikan.

DAFTAR PUSTAKA

- @taulebih.id, 'Bercerai Karena KDRT? Boleh, Gak, Sih?', *Instagram*, 2024, p. 10
- , 'Hukum Ziarah Kubur Bagi Wanita Yang Sedang Haid', *Instagram*, 2024, p. 1
- , 'PERINTAH INI SEDERHANA, TAPI BUTUH USAHA EKSTRA!', *Instagram*, 2024, p. 2
- , 'STANDAR KHUSUS KECANTIKAN DAN KETAMPANAN ITU TIDAK ISLAMI?!', *Instagram*, 2024, p. 10
- Aditya, Nabila, Meuthia Putri, and Rizki Dwi Lestari, 'Efektivitas Dakwah Akun Tiktok @MSALBANIQUOTES Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Islam Bagi Masyarakat', *DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam*, 3.1 (2023), pp. 11–21, doi:10.36420/dawa.v3i1.295
- Alfansyur, Andarusni, and Mariyani, 'Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial', *Historis*, 5.2 (2020), pp. 146–50
- Alyusi, Shiefti Dyah, *Media Sosial : Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial* (Kencana, 2016)
- AMINUDDIN, 'MEDIA DAKWAH', *Al-Munzir*, 9.2 (2016), pp. 344–63
- Ayuningtyas, Ema Ma'rifah, 'Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @loveshugah Terhadap Pemahaman Keagamaan Followers', *UIN Syarif Hidayatullah* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022)
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, Edisi Revi (Prenada Media, 2019)
- , *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Cetakan ke (Kencana Prenada Media Group, 2024)
- EM Griffin, *Communication, A First Look at Communication Theory*, 8th Edition (Mc Graw Hill, 2012)
- Fariyah, Irzum, 'Media Dakwah Pop', *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.2 (2013), pp. 25–45
- Febri Nurrahmi, Ainal Fitri, Dkk, *Book Series Jurnalisme Kontemporer: Etika Dan Bisnis Dalam Jurnalisme* (Syiah Kuala University Press, 2021)
- Hadi, Abdul, *Dakwah Digital: Strategi Dan Implementasi Di Media Sosial* (Kencana Prenada Media Group, 2017)
- Hamzah, Ya'qub., *Publistik Islam Teknik Dakwah Dan Leadership.*, Cetakan Ke (CV. Diponegoro, 1992)

- Hasan, Syafii., *Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran Dan Sunnah*. (Pustaka Pelajar, 2018)
- Hasanah, Hasyim, 'TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)', *At-Taqaddum*, 8.1 (2017), p. 21, doi:10.21580/at.v8i1.1163
- Kholid, Ahmad, *Agama (Kultural) Masyarakat Pinggiran* (UIN Maliki Press, 2011)
- Kiranajaya, Tryawinda, 'Peran Akun Instagram @Taulebih.Id Sebagai Media Informasi Pengetahuan Seksual Bagi Followers' (UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023)
- Kriyantono Rachma, *Teknik Praktis Riset Komunika*s (Prenada Media Group, 2006)
- Miles, Mathew B., and A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis*, Second Edi (SAGE Publications, 1994), MCCCIV
- Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Kencana, 2009)
- Muhidin, Asep, *Dakwah Dalam Perspektif Alquran: Studi Krisis Atas Visi, Misi Dan Wawasan* (Pustaka Setia, 2002)
- Nata, Abuddin, *Studi Islam Komprehensif: Kajian Aspek-Aspek Kunci Dalam Islam* (Prenada Media, 2015)
- Noventa, Christifera, Iin Soraya, and Arina Muntazah, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini', *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3.3 (2023), pp. 626–35, doi:10.47233/jkomdis.v3i3.1124
- Nugroho, Catur, *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi* (Kencana, 2020)
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Rajawali Press, 2019)
- Ramadhanti, Shafira Lili, 'Penggunaan Instagram @kartun.Muslimah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Keagamaan Followers' (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2022)
- Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Raja Grafindo Persada, 2011)
- Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, and Nurul Ainun, 'Komunikasi Dan Media Sosial', *Jurnal The Messenger*, 3.2 (2018), pp. 1–10
- Siddiq, Muhammad, Muhammad Husni Ritonga, and Fatma Yulia, 'Pola Penggunaan Akun Instagram @quranreview Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Di Kalangan Remaja Di Griya Martubung', *Masaliq*, 3.5 (2023), pp. 699–716, doi:10.58578/masaliq.v3i5.1353
- Stanley J.Baran, Denis K.Devis, *Teori Komunikasi Massa Edisi*

- (Salemba Humanika, 2018)
- Susanto, Heri, *Komunikasi Dan Media Sosial: Konsep Dan Praktik*. (Rajawali Pers, 2016)
- Teddy Khumaedi, S.Sos.I., M.Ag., *JURNALISTIK DASAR: Trik Menulis Artikel Opini Di Media Cetak & Online Bagi Mahasiswa Dan Pelajar* (DOTPLUS Publisher, 2020)
- Uyuni, Badriyah, *Media Dakwah Era Digital* (Assofa, 2023)
- William Lawrence, Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, Edisi ke-7 (Pearson Education, 2013)
- Zahid, A, 'Sensualitas Media Sosial Di Era Globalisasi', *Jurnal Sosiologi USK*, 13.1 (2019), pp. 1–14
- Zellatifanny, Cut Medika, and Bambang Mudjiyanto, 'Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi', *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1.2 (2018), pp. 83–90, doi:10.17933/diakom.v1i2.20

