



**DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM (ANALISIS ISI PESAN  
DAKWAH PADA AKUN  
@STORYHM.ID)**



**DIMAS FEBRIANTORO**  
**NIM. 3420110**

**2026**

**DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM (ANALISIS ISI PESAN  
DAKWAH PADA AKUN @STORYHM.ID)**

**SKRIPSI**

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



**PROGAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2026**

**DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM (ANALISIS ISI PESAN  
DAKWAH PADA AKUN @STORYHM.ID)**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**DIMAS FEBRIANTORO**  
**NIM. 3420110**

**PROGAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2026**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Febriantoro

NIM : 3420110

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Pesan Dakwah Pada akun @storyham.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, 22 Januari 2026

Yang Menyatakan,



**Dimas Febriantoro**

**NIM. 3420110**

## NOTA PEMBIMBING

**Qomariyah M, S.I**

**Jl.bukit beringin Utara 14 blok D.307 Wonosari Ngaliyan  
Semarang**

Lamp: 4 (empat) eksemplar

Hal: Naskah Skripsi Sdr. Dimas Febriantoro

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

### **PEKALONGAN**

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Dimas Febriantoro

NIM : 3420110

Judul : **Dakwah Melalui Media Sosial Instagram ( Analisis Pesan Dakwah Pada Akun @storyham.id)**

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

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

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 22 Januari 2026  
Pembimbing



**Qomariyah , M.S.I**

**NIP. 198407232019032003**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab Pekalongan Kode Pos 51161  
Website. [fuad.uigusdur.ac.id](http://fuad.uigusdur.ac.id) Email : [fuad@ungusdur.ac.id](mailto:fuad@ungusdur.ac.id)

## PENGESAHAN

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

Nama : **Dimas Febriantoro**

NIM : **3420110**

Judul : **DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA AKUN @STORYHM.ID)**

yang telah diujikan pada 11 Maret 2026 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 1

**Muhammad Rikzam Kamal, M.Kom**  
NIP. 198812312019031011

Penguji II

**Ryan Marina, M.Ed**  
NIP. 198909182022032001

Pekalongan, 2 April 2026

Mengesahkan Oleh  
Dewan



**Dr. Tri Astuti Harwati, M.Ag**  
NIP. 197411182000032001

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. 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.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	B	-
ت	Tā	T	-
ث	Śā	S	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	J	-
ح	Hā	H	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Żal	Z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ش	Syīn	Sy	-
ص	Ṣād	ṣ	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	D	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā	T	t (dengan titik di bawahnya)
ظ	Zā	Z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	-
فا	Fā	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
ه	Hā	H	-
ء	Hamzah	,	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal
ي	Yā	Y	-

## B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

## C. ā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliya'*

## D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

## E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung ( - ) di atasnya.

## F. Vokal Rangkap

Fathah + *yā* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + *wāwu* mati ditulis *au*

## G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof ( ' )

Contoh: أنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

## I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

## **J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat**

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

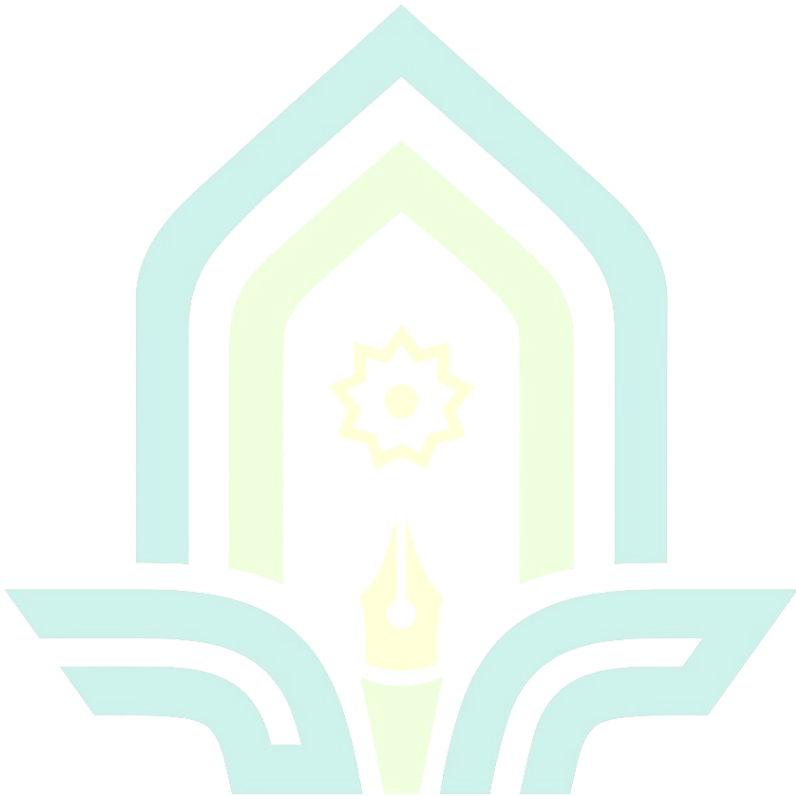


## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan, semoga keberhasilan ini bisa menjadi langkah untuk menggapai cita-cita dan saya persembahkan kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki dan semua yang saya harapkan dan butuhkan
2. Terima kasih untuk diri ini saya, Dimas Febriantoro yang sudah berjuang dan semangat sampai detik ini walaupun disertai tangis dan tawa tetap harus terlihat baik baik saja, saya selalu semangat dan melawan rasa malas untuk mengejar pendidikan.
3. Terima kasih untuk keluarga saya ibu Sri Rejeki, juga dua kakak saya Dimas Febriansyah dan Dias Rahmasari yang sudah memberikan motivasi, doa dan terimakasih sudah selalu ada, selalu memberikan dukungan sehingga saya bisa sampai ketitik ini.
4. Terima kasih kepada Qomariyah, M.S.I selaku dosen pembimbing skripsi saya, terimakasih selalu memberikan bimbingan, pengarahan, dan selalu meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
5. Terima Kasih kepada dosen Pembimbing Akademik Bapak Muhammad Rikzam Kamal M.Kom yang telah memberikan arahan selama saya menempuh pendidikan strata ini.
6. Terima Kasih Bapak/Ibu dosen FUAD serta prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H. Abdurrahman Wakhid Pekalongan yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada saya sampai dititik ini.
7. Terima kasih kepada teman saya seperjuangan dari semester satu yang telah bersama melalui berbagai

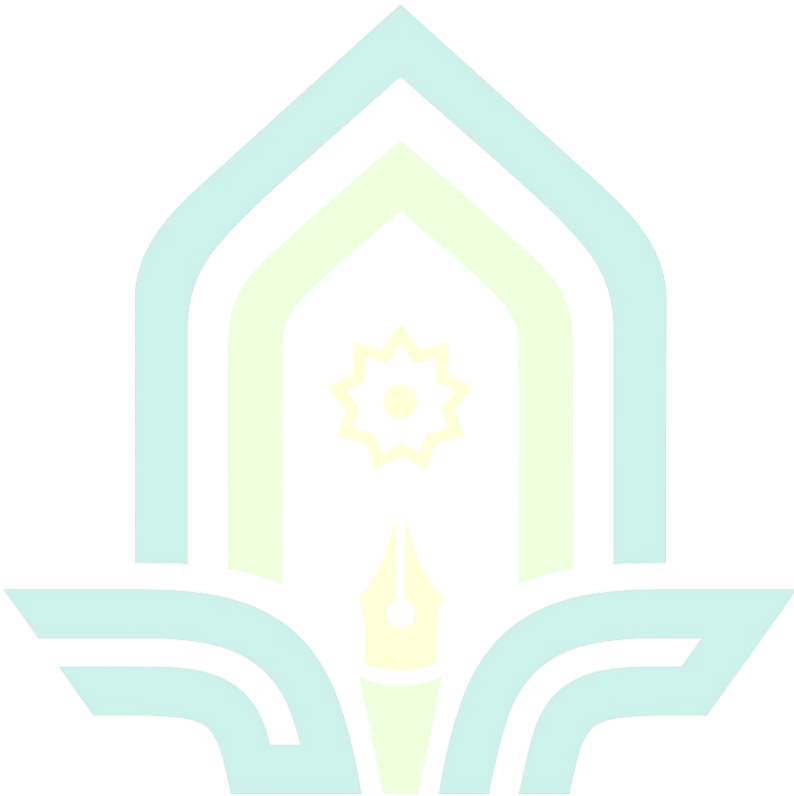
macam rintangan sampai di tugas akhir ini, alhamdulillah sangat bersyukur bisa sampai wisuda, walaupun banyaknya rintangan saya bisa melewatinya. Dan teman-teman yang menemani selama pengerjaan skripsi saya.



## **MOTTO**

*‘Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda, Cuma sekiranya teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi jangan khawatir mimpi-mimpi lain bisa di capai .’*

*~Windah Basudara~*



## ABSTRAK

**Dimas Febriantoro, 3420110, Dakwah Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Pesan Dakwah Pada Akun @storyham.id) Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Qomariyah, M.S.I.**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan di masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Kehadiran media sosial sebagai sarana komunikasi modern memberikan peluang bagi para dai dan lembaga dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman secara lebih efektif, cepat dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam aktivitas dakwah adalah Instagram. Melalui *figure* visual yang menarik serta kemudahan dalam penyebaran konten, Instagram menjadi media yang potensial dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat, tak terkecuali generasi muda. Salah satu akun yang aktif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui media sosial Instagram adalah akun @storyham.id yang secara konsisten mengunggah konten-konten bernuansa keislaman dalam bentuk gambar disertai narasi teks yang mengandung pesan moral dan religius.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk serta kategori pesan dakwah yang disampaikan melalui konten-konten yang diunggah pada akun @storyham.id. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi (Content Analysis). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi terhadap seluruh unggahan konten yang terdapat pada akun tersebut yang berjumlah 756 unggahan. Selanjutnya, data dianalisis dengan mengelompokkan pesan dakwah ke dalam beberapa kategori yang sesuai dengan konsep dakwah Islam, yaitu akidah, syariat, dan akhlak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah yang terdapat dalam unggahan akun tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga tema utama, yaitu pesan dakwah akidah, syariat, dan akhlak. Pesan dakwah akidah berkaitan dengan penguatan keimanan kepada Allah SWT, pesan dakwah syariat berkaitan dengan pelaksanaan ibadah dalam ajaran Islam, sedangkan pesan dakwah akhlak berkaitan dengan nilai moral dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram, khususnya akun @storyham.id, dapat menjadi sarana dakwah yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat dengan cara yang menarik, komunikatif, dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial, terutama generasi muda di era digital.

**Kata Kunci :** Dakwah digital, Media Sosial, Instagram, Analisis Konten, Pesan Dakwah, Akidah, Syariat, Akhlak.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, atas semua keberkahan serta rahmatnya yang telah dilimpahkan kepada kami. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan untuk baginda Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan bagi kami semua. Dan semoga kami mendapatkan pertolongan-Nya di akhirat kelak, amiin.

Selanjutnya penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang membantu kelancaran penulisan skripsi dengan judul “Dakwah Melalui Media Sosial Instagram ( Analisis Pesan Dakwah Pada Akun @storyham.id).”, baik berupa dukungan moril, ataupun materil. Penulis yakin jika tanpa bimbingan dan bantuan serta dukungan tersebut, kiranya sulit rasanya bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu mohon izikan penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi- tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
3. Mukoyimah, M.Sos, selaku pimpinan atau Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dimas Prasetya, M.A, selaku Sekertaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Qomariyah, M.S.I, Selaku dosen Pembimbing skripsi yang sudah menuntun, membimbing dan menyampaikan materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Mukoyimah, M.Sos, selaku dosen pembimbing akademik penulis.

7. Seluruh dosen dan staf TU serta karyawan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan selama belajar di kampus UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Muhammad Ilham Said selaku pemilik akun @storyham.id yang telah bersedia membantu peneliti dalam menyediakan data untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik dan jasa yang diberikan kepada Penulis mendapat balasan serta pahala kebaikan oleh Allah SWT. Penulis mengakui dan menyadari sepenuhnya bahwasannya karya skripsi ini belum sepenuhnya sempurna. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik, dan saran yang konstruktif agar ada peningkatan pada penulis yang akan datang.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati, karya ini penulis persembahkan. Disertai harapan semoga kehadirannya membawa manfaat dalam memperkaya wacana Intelektual dalam dunia Islam.

Pekalongan, 22 Januari 2026

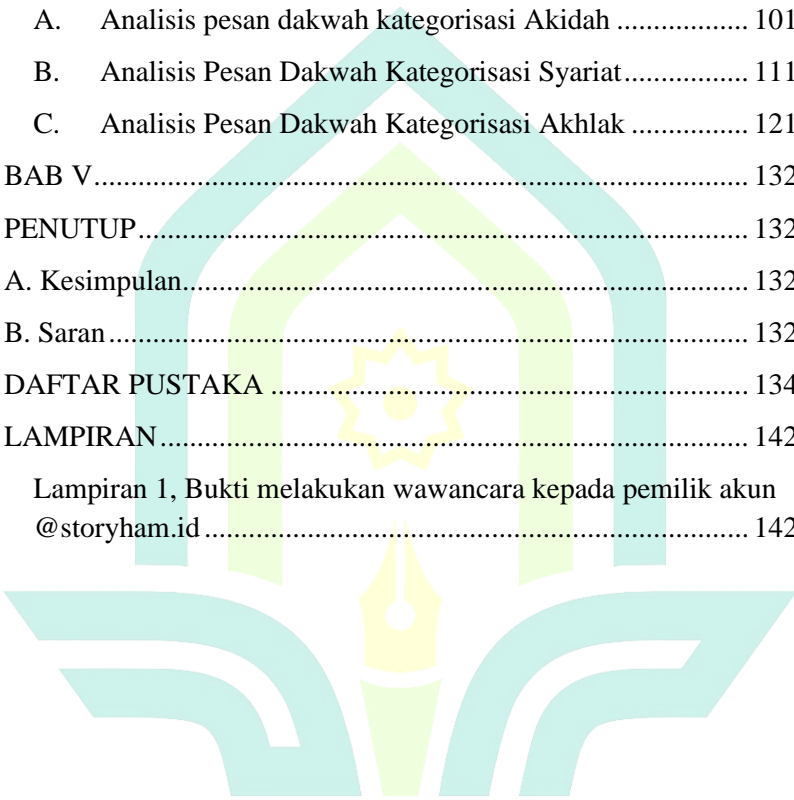


Dimas Febriantoro

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
a. Dakwah .....	6
F. Kerangka Bepikir .....	18
G. Metodologi Penelitian .....	19
H. Sistematika Penelitian .....	26
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>28</b>
A. Dakwah .....	28
B. Unsur-unsur Dakwah .....	31
C. Instagram.....	43
D. Dakwah di Era Digital.....	45
<b>BAB III PROFIL AKUN DAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
1. <b>Profil akun @storyham.id</b> .....	50
B. Pesan Dakwah Pada Akun @storyham.id .....	50
BAB IV .....	101
Analisis Penelitian Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @storyham.id .....	101
A. Analisis pesan dakwah kategorisasi Akidah .....	101
B. Analisis Pesan Dakwah Kategorisasi Syariat .....	111
C. Analisis Pesan Dakwah Kategorisasi Akhlak .....	121
BAB V .....	132
PENUTUP .....	132
A. Kesimpulan .....	132
B. Saran .....	132
DAFTAR PUSTAKA .....	134
LAMPIRAN .....	142
Lampiran 1, Bukti melakukan wawancara kepada pemilik akun @storyham.id .....	142



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Penelitian.....	13
Gambar 3.1 Profil Akun .....	49
Gambar 3.2 Postingan Pesan Dakwah Iman Kepada Allah SWT.....	51
Gambar 3.3 Postingan Pesan Dakwah Iman Kepada Al - Qur'an .....	52
Gambar 3.4 Postingan Pesan Dakwah Iman Kepada Qadha dan Qadar.....	54
Gambar 3.5 Postingan Pesan Dakwah Tawakal Pada Takdir.....	56
Gambar 3.6 Postingan Pesan Dakwah Keyakinan Kepada Do'a.....	57
Gambar 3.7 Postingan Pesan Dakwah Tawakal.....	59
Gambar 3.8 Postingan Pesan Dakwah Allah Memberikan .....	61
Gambar 3.9 Postingan Pesan Dakwah Keyakinan Terhadap .....	63
Gambar 3.10 Postingan Pesan Dakwah Iman Kepada Allah.....	64
Gambar 3.11 Postingan Pesan Dakwah Tentang Kematian.....	66
Gambar 3.12 Postingan Pesan Dakwah Kewajiban .....	68
Gambar 3.13 Postingan Pesan Dakwah Ibadah Sholat ..	69
Gambar 3.14 Postingan Pesan Dakwah Untuk Sholat Lima Waktu .....	71
Gambar 3.15 Postingan Pesan Dakwah Keistimewaan Sujud.....	72
Gambar 3.16 Postingan Pesan Dakwah Hukum Puasa ..	74
Gambar 3.17 Postingan Pesan Dakwah Kewajiban Melaksanakan Sholat .....	76
Gambar 3.18 Postingan Pesan Dakwah Sholat Tepat	

Waktu .....	78
<b>Gambar 3.19 Postingan Pesan Dakwah Bersuci Sebelum</b>	
<b>Sholat .....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 3.20 Postingan Pesan Dakwah Sholat Berjamaah</b>	
.....	81
<b>Gambar 3.21 Postingan Pesan Dakwah Sholat Lima</b>	
Waktu .....	82
<b>Gambar 3.22 Postingan Pesan Dakwah Tobat dan</b>	
<b>Membersihkan Hati .....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 3.23 Postingan Pesan Dakwah Peringatan</b>	
<b>Terhadap .....</b>	<b>86</b>
<b>Gambar 3.24 Postingan Pesan Dakwah Berbaik Sangka</b>	<b>88</b>
<b>Gambar 3.25 Postingan Pesan Dakwah Bersyukur .....</b>	<b>89</b>
<b>Gambar 3.26 Postingan Pesan Dakwah Do'a dan Takdir</b>	
.....	91
<b>Gambar 3.27 Postingan Pesan Dakwah Tentang .....</b>	<b>93</b>
<b>Gambar 3.28 Postingan Pesan Dakwah Larangan.....</b>	<b>95</b>
<b>Gambar 3.29 Postingan Pesan Dakwah Larangan.....</b>	<b>97</b>
<b>Gambar 3.30 Postingan Pesan Dakwah Tentang</b>	
<b>Kematian.....</b>	<b>99</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 WAWANCARA KEPADA PEMILIK  
AKUN @storyham.id.....**Error! Bookmark not defined.**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi tersebut tidak hanya mempermudah proses pertukaran informasi, tetapi juga mengubah pola komunikasi yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi lebih modern dan berbasis digital. Internet serta berbagai platform media sosial memungkinkan informasi dapat diakses dengan cepat, luas, dan tanpa batasan ruang maupun waktu. Kondisi ini menjadikan media digital sebagai salah satu sarana komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sosial masyarakat saat ini.

Dalam konteks komunikasi keagamaan, perkembangan teknologi digital juga memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap aktivitas dakwah Islam. Dakwah yang pada masa sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui metode tatap muka, seperti ceramah di masjid, majelis taklim, maupun kegiatan pengajian, kini mengalami transformasi dengan memanfaatkan berbagai media digital sebagai sarana penyampaian pesan-pesan keislaman. Pemanfaatan media digital dalam aktivitas dakwah memungkinkan pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan kepada masyarakat secara lebih luas serta dapat menjangkau berbagai kalangan tanpa dibatasi

oleh faktor geografis maupun waktu.<sup>1</sup>

Media sosial merupakan salah satu bentuk media digital yang saat ini banyak digunakan dalam proses penyebaran informasi, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan dakwah. Melalui media sosial, informasi dapat diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat secara cepat serta interaktif. Keunggulan media sosial dalam hal kecepatan penyebaran informasi serta kemudahan akses menjadikannya sebagai salah satu media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan berbagai bentuk pesan kepada masyarakat luas.<sup>2</sup>

Di antara berbagai platform media sosial yang berkembang saat ini, Instagram menjadi salah satu media yang cukup populer dalam penyebaran konten dakwah. Instagram memiliki karakteristik yang menonjolkan unsur visual berupa gambar dan video yang dapat dikombinasikan dengan teks sehingga memungkinkan pesan disampaikan secara lebih menarik dan komunikatif. Penyajian konten yang bersifat visual juga dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna media sosial, terutama generasi muda yang cenderung lebih tertarik pada konten yang ringkas, informatif, dan mudah dipahami.<sup>3</sup>

Fenomena tersebut mendorong munculnya berbagai akun media sosial yang secara aktif membuat dan menyebarkan konten-konten bernuansa keislaman.

---

<sup>1</sup> Ahmad Zaini, *Dakwah di Era Digital* (Jakarta: Prenada Media, 2025), hlm. 45.

<sup>2</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2025), hlm. 78.

<sup>3</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2025), hlm. 102.

Konten dakwah yang disajikan melalui media sosial tidak hanya berbentuk ceramah video, tetapi juga dalam bentuk kutipan nasihat, potongan ceramah, ilustrasi visual, maupun desain grafis yang memuat pesan-pesan moral dan keagamaan. Bentuk penyajian konten yang kreatif tersebut menjadi salah satu strategi dalam menyampaikan pesan dakwah agar lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya pengguna media sosial.

Salah satu akun Instagram yang cukup aktif menyebarkan konten dakwah adalah akun @storyham.id. Akun tersebut menyajikan berbagai konten keislaman dalam bentuk gambar yang disertai dengan narasi teks yang memuat potongan ceramah dari sejumlah pendakwah. Konten yang ditampilkan pada akun tersebut umumnya berisi pesan-pesan motivasi, nasihat keagamaan, serta pengingat tentang nilai-nilai Islam yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, penyajian konten juga dikemas dengan desain visual yang menarik serta menggunakan bahasa yang relatif sederhana sehingga lebih mudah dipahami oleh para pengguna media sosial.

Meskipun konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial memiliki potensi yang besar dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman, keberadaan konten tersebut juga perlu dikaji secara ilmiah untuk mengetahui pesan-pesan apa saja yang terkandung di dalamnya. Setiap konten yang dipublikasikan pada media sosial pada dasarnya merupakan bentuk komunikasi yang mengandung pesan tertentu. Pesan tersebut dapat mempengaruhi cara pandang, pemahaman, serta sikap audiens terhadap ajaran agama yang disampaikan. Oleh karena itu, penting untuk

melakukan kajian akademik guna menganalisis isi pesan dakwah yang terdapat dalam konten-konten yang dipublikasikan melalui media sosial.

Dalam kajian ilmu dakwah, pesan dakwah pada dasarnya mencakup beberapa aspek utama ajaran Islam, yaitu akidah, syariat, dan akhlak. Akidah berkaitan dengan keyakinan seorang muslim terhadap Allah SWT serta ajaran-ajaran dasar dalam Islam. Syariat berkaitan dengan aturan-aturan ibadah serta hukum-hukum yang mengatur kehidupan seorang muslim. Sementara itu, akhlak berkaitan dengan perilaku dan moral yang mencerminkan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga aspek tersebut merupakan unsur penting dalam proses penyampaian dakwah kepada masyarakat.<sup>4</sup>

Namun demikian, meskipun akun Instagram @storyham.id cukup aktif dalam menyebarkan konten dakwah dan memiliki jumlah unggahan yang cukup banyak, kajian ilmiah yang secara khusus menelaah isi pesan dakwah dalam unggahan akun tersebut masih relatif terbatas. Tanpa adanya analisis yang sistematis, sulit untuk mengetahui kecenderungan pesan dakwah yang disampaikan serta bagaimana pesan tersebut dikategorikan dalam perspektif ilmu dakwah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah terus mengalami perkembangan. Berbagai akun dakwah di media sosial menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui berbagai bentuk konten yang menarik dan komunikatif. Namun, belum banyak penelitian yang

---

<sup>4</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2025), hlm. 59.

secara khusus menganalisis isi pesan dakwah yang terkandung dalam konten-konten yang dipublikasikan pada akun media sosial tersebut.

Kondisi tersebut menimbulkan permasalahan akademik mengenai bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan melalui konten unggahan akun Instagram @storyham.id, serta bagaimana pesan-pesan tersebut dapat dikategorikan berdasarkan aspek ajaran Islam seperti akidah, syariat, dan akhlak. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis secara sistematis isi pesan dakwah yang terdapat dalam unggahan akun Instagram tersebut melalui pendekatan analisis isi.

#### **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan utama yang diidentifikasi pada penelitian ini ialah bagaimana isi pesan dakwah yang diunggah oleh akun @storyham.id pada media sosial Instagram?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji serta menganalisis isi pesan dakwah di media sosial Instagram akun @storyham.id menggunakan analisis konten.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini juga memuat manfaat yang diharapkan, antara lain:

1. Manfaat Ilmiah
  - a. Bagi peneliti, Bertujuan memperluas wawasan akademik guna mendukung pengembangan pola pikir ilmiah.
  - b. Bagi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah sebagai bacaan dan juga sumber akademis terkhusus mahasiswa serta masyarakat luas.

c. Bagi pendidik dan pengajar, memberikan pengetahuan tentang metode dakwah dan pesan-pesannya dalam dakwah melalui media sosial Instagram lewat akun @storyham.id.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini membantu pengguna Instagram memahami pesan dakwah, serta memberikan kepada konten creator dakwah pesan dakwah mana saja yang sering di minati pengguna media sosial.

## E. Tinjauan Pustaka

### 1. Landasan Teori

#### a. Dakwah

Dalam ajaran agama islam dakwah merupakan sebuah kewajiban seorang umat yang berisi seruan kepada keinsyafan, atau mengubah sotsuasi yang lebih baik dan sempurna, baik pribadi maupun masyarakat.<sup>5</sup>

Etimologi kata *dakwah* merujuk pada kata *da'a* dalam bahasa Arab, yang berarti menyeru, mengajak, atau memanggil.<sup>6</sup> M.S. Nasaruddin Latif mendefinisikan dakwah sebagai upaya mengajak, baik melalui ucapan maupun tulisan dan mengajak masyarakat agar taat kepada Allah SWT.<sup>7</sup>

Dalam melakukan kegiatan dakwah terdapat unsur-unsur dakwah yang membuat

<sup>5</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1998), hlm. 194.

<sup>6</sup> Firdaus Al-Hasyam dan Rudy Haryono, *Kamus Lengkap 3 Bahasa Arab-IndonesiaInggris*. (Surabaya: Gitamedia Press, 2006), h. 247

<sup>7</sup> Muhammad Syaiful Munir "Nilai-nilai dakwah dalam "Meme Tuman" di akun Instagram Khofifah Indar Parawasna", Semarang 2019.

kegiatan dakwah dapat berlangsung dengan baik. Unsur-unsur dakwah sendiri di bagi bermacam-macam yaitu sebagai berikut :

1) Da'i

Mereka yang melakukan dakwah dikenal dengan sebutan seperti ulama, da'i, atau khatib. Mereka mengemban berbagai tugas dalam menyampaikan ajaran Islam. Kegiatan dakwah dalam bentuk kelompok atau perseorangan. Seorang khatib mempunyai kedudukan yang mulia dan sangat dihormati oleh Allah SWT karena perannya dalam menyebarkan kebenaran dan membimbing umat.<sup>8</sup>

2) Mad'u

Mad'u ialah individual atau kelompok yang disebut jamaah yaitu mereka yang menerima atau mempelajari pemahaman ajaran Islam dari berbagai latar belakang berbeda. Sasaran penyampaian pesan keagamaan yaitu pihak yang menjadi sasaran dalam memberikan ajaran dan bimbingan agama. Mad'u juga disebut sebagai pers. Dalam menyampaikan dakwah da'i melihat mad'u sebagai sasaran dan objek.<sup>9</sup>

3) Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah, atau maddah ad-

---

<sup>8</sup>Pehainanto, Internet Sebagai Media Dakwah Alternatif Pada Masyarakat Informasi, (Surabaya: Jurnal Ilmu Dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel. Vol.4no2,2001), h.8

<sup>9</sup> Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, (Jakarta; Raja Grafindo, 2011), hlm. 279-280.

dakwah, Materi dakwah ialah sebuah materi dakwah yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah pesan dakwah kepada mad'u yang mencakup ajaran Islam yang didasari dari Al- Qur'an dan sunnah.<sup>10</sup>

#### 4) Pesan Dakwah

Sebuah Madaah yang tersampaikan kepada mad'u dengan baik ialah pesan dakwah.<sup>11</sup> Pesan dakwah dikatakan tersampaikan kepada mad'u dengan baik apabila kegiatan dakwah menjadi sesuatu kegiatan yang bersifat infotmati, edukatif dan solutif.<sup>12</sup>

#### 5) Media Dakwah

Istilah "media" berasal dari bahasa Latin *median*, jamak dari *medium*, yang memiliki arti alat atau penghubung, sehingga media dapat diartikan sebagai sarana untuk mencapai suatu tujuan.<sup>13</sup> Etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab yang bermakna ajakan atau seruan. Secara terminologi, dakwah diartikan sebagai usaha mengajak manusia secara bijaksana agar meneladani ajaran Allah

---

<sup>10</sup> Nur Hidayat, Akidah Akhlak dan Pembelajarannya, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), hlm. 60-65

<sup>11</sup> Kamaluddin, Kamaluddin. "Pesan dakwah." *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 2.2 (2016): 37-58.

<sup>12</sup> Jafar, I., & Amrullah, M. N. (2018). Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 41-66.

<sup>13</sup> Asmuni Syukir, Dasar-dasar Strategi Islam, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983),.163

dan Rasul-Nya.<sup>14</sup>

#### 6) Macam-macam media Dakwah

Sebuah alat yang memiliki tujuan secara spesifik menyampaikan ajaran agama islam kemada mad'u ialah Wasilah. Menurut Hamzah Ya'qub (Munir & Ilaihi, 2006:32), terdapat lima jenis wasilah dakwah, yaitu:

- a) Lisan ialah dakwah menggunakan suara atau lidah dalam melakkan dakwah sepeti ceramah atau pidato.
- b) Tulisan merupakan metode dakwah dengan tulisan berupa buku, majalah, koran atau spanduk.
- c) Lukisan sebagai alat untuk berdakwah ialah melalui media gambar dan sejenisnya.
- d) Audiovisual merupakan salah satu alat untuk berdakwah yaitu melalui televisi, film, video, internet dan sebagainya.
- e) Dakwah melalui perbuatan nyata sesuai ajaran agama islam merupakan memanfaatkan akhlak seseorang sebagai alat untuk berdakwah.<sup>15</sup>

#### 7) Fungsi Dakwah

Dakwah memegang peranan yang sangat vital dalam ajaran Islam. Melalui kegiatan ini, ajaran Islam dapat terus

---

<sup>14</sup> Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. "Dinamika dakwah Islam di era modern." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41.1 (2021): 43-55.

<sup>15</sup> Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). Youtube sebagai media dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63-80.

dikenal, dipahami serta diterapkan umat manusia generasi berikutnya. Tiada hal ini, kelangsungan pengamalan ajaran Islam bisa terancam, bahkan bisa menyebabkan ajaran tersebut hilang dari kehidupan manusia.

Selain itu, dakwah juga berperan sebagai sarana untuk melakukan transformasi dan perbaikan, baik dalam aspek moral, mencegah ketidakadilan, dan membimbing umat keluar dari kegelapan spiritual. Melaksanakan tugas dakwah memerlukan kecerdasan intelektual, konsentrasi yang mendalam, dan komitmen yang kuat. Dakwah mempunyai dampak yang besar terhadap kehidupan sosial masyarakat, khususnya dalam menyampaikan nilai-nilai etika dan sosial.<sup>16</sup>

a. Teori Anaalisis Konten

Teori analisis konten merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian komunikasi yang digunakan untuk menelaah isi pesan komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif atau kualitatif, dengan tujuan mengidentifikasi makna, pola, serta kecenderungan yang terdapat dalam suatu teks atau media. Pendekatan ini berupaya untuk memahami pesan yang tersurat (*manifest content*) maupun pesan yang tersirat (*latent*

---

<sup>16</sup> ALI, H. Baharuddin. Tugas dan Fungsi Dakwah dalam Pemikiran Sayyid Quthub. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 2014, 15.1: 125-135.

*content*) dari data komunikasi yang dianalisis.<sup>17</sup>

Menurut Klaus Krippendorff, analisis konten merupakan teknik penelitian untuk membuat inferensi yang sah (*valid*) dan dapat ditiru (*replicable*) dari data dengan mempertimbangkan konteksnya. Hal ini berarti bahwa dalam melakukan analisis konten, peneliti tidak hanya menghitung atau mengidentifikasi isi pesan secara permukaan, tetapi juga menafsirkan makna yang terkandung di dalam pesan tersebut berdasarkan konteks sosial, budaya, dan komunikasi.<sup>18</sup>

#### b. Instagram

Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video, dengan fitur pengambilan gambar, filter, dan berbagi ke jejaring sosial melalui feed atau Story. Secara etimologis, "Instagram" berasal dari kata "instan" dan "telegram", yang mencerminkan kecepatan dalam berbagi informasi visual.<sup>19</sup>

Instagram resmi dirilis pada 6 Oktober 2010 dan langsung mendapat sambutan positif. Dalam waktu kurang dari satu minggu, jumlah penggunaannya mencapai 100 ribu, dan dalam 2,5

---

<sup>17</sup> Ole R. Holsti, *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities* (Reading, MA: Addison-Wesley Publishing, 1969), hlm. 14.

<sup>18</sup> Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2019), hlm. 24.

<sup>19</sup> Wirayanti, Luh Putu Lia Kharisma. "Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa. Co." *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 6.2 (2024): 282-288.

bulan Setelah mencapai satu juta pengguna, Instagram tetap eksklusif untuk platform iOS selama lebih dari satu tahun. dan berkembang menjadi layanan berbagi foto yang populer.<sup>20</sup>

## 2. Penelitian yang Relevan

Ada baiknya ketika ingin melakukan penelitian atau penulisan sebuah karya ilmiah harus mengetahui tentang penelitian sebelumnya yang meneliti tentang hal yang sama atau masih berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Hal ini bertujuan sebagai inspirasi pandangan umum tentang masalah yang akan dipecahkan dan juga menghindari tentang adanya kesamaan judul. *Literature review* dilakukan sebagai bentuk keabsahan tentang teori yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan. Ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan oleh peneliti dalam menulis, diantaranya:

- a. Penelitian dari Rizqal Rullah, Muhammad N.Abdurrazaq, dan Sobirin, dari Institusi Islam Az-Zaytun Indonesia Tahun 2025 “Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram : Analisis isi pada akun @hawaariyyun.

Penelitian ini mengkaji pesan dakwah di media sosial Instagram melalui analisis isi pada tiga video Reels akun @hawaariyyun yang diunggah pada 5 dan 8 Juni 2023. Dengan menggunakan metode studi pustaka dan pendekatan deskriptif, data dikumpulkan

---

<sup>20</sup> Pamungkas, David, and Winda Dwi Astuti Zebua. "Pengaruh pesan kampanye# mandirizeoperational2030 di instagram terhadap citra perusahaan bank mandiri mandiri." *Saber: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi* 3.2 (2025): 117-129.

melalui observasi dan dokumentasi isi video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan bersifat positif, mudah dipahami, serta memberi pengaruh pada lebih dari 1,1 juta pengikut. Kesimpulan penelitian mengelompokkan pesan dakwah dalam dua kategori utama, yakni akidah (iman kepada Rasul) dan syariah (ibadah sunnah dan hubungan antar manusia).<sup>21</sup>

Dari penelitian yang di lakukan oleh Rizqal Rullah dan kawan-kawan, terdapat persamaan pada objek penelitiannya yaitu meneliti pesan dakwah pada akun media sosial Instagram. Adapun perbedaan yang terdapat pada teori analisis isi dengan kategori pesan dakwah (akidah & syariah). Sedangkan penelitian ini menggunakan menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengurai tanda, makna, dan dampak pesan dakwah.

- b. Penelitian skripsi milik Maufiratun Nisa dari Universitas Negeri Islam Madura Tahun 2025 “Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial”.

Penelitian ini menganalisis pesan dakwah Ustadz Agam dalam episode Ketenangan di kanal YouTube Ismuhu Yahya TV. Dengan metode studi pustaka, pendekatan kualitatif, dan analisis isi model Harold D.

---

<sup>21</sup> Rulloh, Risqal, Muhammad N. Abdurrazaq, and Sobirin Sobirin. "Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram: Analisis Isi pada Akun@ hawaariyyun." *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora* 6.1 (2025): 75-92.

Laswell, penelitian menyoroiti struktur pesan yang terdiri dari pembukaan, isi, dan penutup. Hasil penelitian menemukan sejumlah pesan dakwah yang menekankan aspek spiritual sebagai solusi menghadapi kecemasan dan stres, antara lain: kekuatan doa, pentingnya ibadah, tawakal, istighfar, syukur, serta ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya. Pesan ini memberikan pencerahan dan ketenangan batin, khususnya bagi generasi muda di tengah tantangan kehidupan modern.<sup>22</sup>

Dari penelitian yang dilakukan oleh Maufiratun Nisa terdapat persamaan yang terletak pada pembahas pesan dakwah sebagai bentuk komunikasi spiritual yang memberi dampak positif bagi audiens. Adapun perbedaannya adalah penelitian itu merujuk kepada Youtube ismuhu Yahya TV, episode Ketenangan. Sedangkan penelitian ini merujuk kepada akun media sosial Instagram @storyham.id.

- c. Penelitian Amir Mustofa, Fathor Rosi, dan Adi Susianto dari Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Huda, Kupang Tahun 2025<sup>23</sup>

Penelitian ini menganalisis ceramah pernikahan Habib Muhammad Taufiq al-Djufri sebagai medium dakwah yang tidak hanya memberi nasihat keagamaan, tetapi juga mengandung kritik sosial terhadap budaya materialistik dan meningkatnya perceraian.

---

<sup>22</sup> Nisa, Maufiratun. "Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah* 6.1 (2025): 51-64.

Dengan pendekatan kualitatif dan metode semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, mitos), penelitian menggunakan transkrip ceramah di YouTube sebagai data utama. Hasilnya menunjukkan pesan dakwah berlapis, antara lain: kebahagiaan hakiki terletak pada doa dan ketenangan hati, pernikahan bertujuan melahirkan keturunan saleh, konflik rumah tangga harus diselesaikan dengan sabar dan komunikasi, suami sebagai pemimpin spiritual keluarga, serta relasi suami-istri sebagai pakaian yang saling melindungi. Temuan ini menegaskan pergeseran orientasi masyarakat dari materialisme menuju spiritualisme dan menegaskan konstruksi pesan dakwah yang mencakup akidah, syariah, dan akhlak.<sup>23</sup>

Dari penelitian yang dilakukan oleh Amir Mustofa, Fathor Rosi, dan Adi Susianto terdapat persamaan yang terletak penggunaan metode pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi/semiotik untuk mengungkap makna pesan dakwah. Adapun perbedaannya adalah penelitian itu menggunakan semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, mitos) untuk menggali makna berlapis. Sedangkan penelitian ini menggunakan memakai semiotika Charles Sanders Peirce dan teori efek media untuk menganalisis tanda, makna, serta dampak pesan dakwah.

---

<sup>23</sup> Mustofa, Amir, Fathor Rosi, and Adi Susianto. "Konstruksi Pesan Dakwah Habib Muhammad Taufiq al-Djufri dalam Ceramah Pernikahan: Analisis Semiotika Roland Barthes pada Konten YouTube." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 8.3 (2025): 594-614.

- d. Penelitian yang dilakukan oleh Nining Nur Amanah dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung Tahun 2025 " Pesan Dakwah Pada Media Sosial (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Postingan Igtvakun Instagram @Qoonit Periode Mei-Juli 2020)"

Penelitian ini mengkaji pesan dakwah dalam konten IGTV akun Instagram @qoonit periode Mei–Juli 2020 dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, mitos). Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @qoonit, yang dikelola oleh Farah Qoonita, berhasil menyebarkan pesan dakwah kreatif melalui animasi, podcast, dan desain grafis, serta memiliki pengaruh positif di media sosial. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan mengandung nilai Islam, membangkitkan perenungan, dan mendorong perilaku positif, sehingga relevan bagi generasi milenial di era digital.<sup>24</sup>

Dari penelitian yang dilakukan oleh Nining Nur Amanah, memiliki persamaan. Persamaanya terletak paada tujuan mengungkap pesan dakwah yang kreatif, mudah dipahami, serta memberi pengaruh positif pada audiens, khususnya kalangan muda. Adapun perbedaanya adalah penelitian

---

<sup>24</sup> Amanah, Nining Nur. *Pesan dakwah pada media sosial: Studi analisis semiotika Roland Barthes dalam postingan IGTV akun Instagram @qoonit periode Mei–Juli 2020*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2025.

itu menggunakan semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, mitos. Sedangkan penelitian ini menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce (ikon, indeks, simbol) serta teori efek media.

- e. Penelitian milik Wahyu Pangestu dari Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2025 dengan Judul "Pesan Dakwah Bang Jack dalam Sinetron Para Pencari Tuhan Jilid 16 Tahun 2023"

Penelitian ini menganalisis pesan dakwah Bang Jack dalam sinetron Para Pencari Tuhan Jilid 16 Episode 9 dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis semiotika Ferdinand de Saussure (penanda dan petanda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah Bang Jack menyampaikan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, taubat, persaudaraan, dan istiqomah melalui dialog, situasi, serta simbol-simbol visual. Sinetron ini berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media dakwah audio-visual yang efektif dalam menyebarkan ajaran agama dan moral kepada masyarakat luas.<sup>25</sup>

Dari penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Pangestu, terdapat persamaan yang ada pada kedua penelitian yaitu pada tujuan yang sama-sama mengungkap makna pesan dakwah yang disampaikan melalui media modern agar

---

<sup>25</sup> PANGESTU, WAHYU. *PESAN DAKWAH BANG JACK DALAM SINETRON PARA PENCARI TUHAN JILID 16 TAHUN 2023 (Pendekatan Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*. Diss. SI-Komunikasi Penyiaran Islam UIN SSC, 2025.

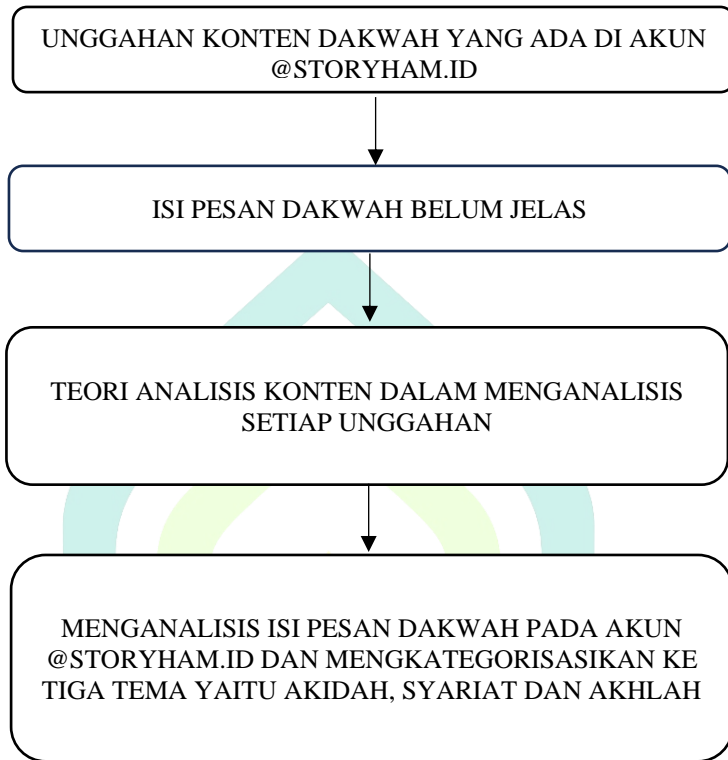
dapat dipahami audiens secara lebih luas. Adapun perbedaan dalam penelitian terdapat dari teori semiotika yang digunakan yakni menggunakan semiotika Ferdinand de Saussure (penanda dan petanda) dan menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce (ikon, indeks, simbol) serta teori.

#### **F. Kerangka Bepikir**

Penelitian ini berangkat dari adanya unggahan konten dakwah pada akun @storyham.id yang belum sepenuhnya menyampaikan isi pesan secara jelas. Ketidakjelasan tersebut mendorong perlunya analisis lebih mendalam terhadap setiap konten yang diunggah.

Untuk memahami isi pesan dakwah tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten sebagai alat untuk mengkaji dan menafsirkan makna pesan secara sistematis. Melalui proses ini, setiap unggahan dianalisis guna mengidentifikasi isi pesan yang terkandung di dalamnya.

Hasil dari analisis kemudian dikategorikan ke dalam tiga tema utama, yaitu akidah, syariat, dan akhlak. Pengelompokan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih terstruktur mengenai isi pesan dakwah yang disampaikan.



**GAMBAR1.1 BAGAN PENELITIAN**

### **G. Metodologi Penelitian**

Dalam melakukan sebuah riset perlu adanya sebuah metode untuk meneliti. Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara sistematis dalam memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan yang spesifik.<sup>26</sup> Oleh karena itu, metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk mengakses dan mendata data primer maupun sekunder guna penyusunan sebuah karya ilmiah.

<sup>26</sup> Sugiyono, “Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D”. (Bandung: ALFABET 2013) Hlm 13.

### 1. Jenis Pendekatan dan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai kerangka metodologis untuk mengkaji fenomena yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena melalui penelusuran makna, konteks, serta pola-pola yang muncul dari data yang diperoleh di lapangan. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menyajikan gambaran secara sistematis, faktual, dan aktual mengenai objek yang diteliti. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya mengungkap serta menjelaskan kondisi yang terjadi secara objektif berdasarkan data empiris yang diperoleh, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang dikaji.<sup>27</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis konten. Metode ini dipilih karena mampu mengkaji isi pesan secara sistematis, baik dalam bentuk teks, visual, maupun audiovisual. Dalam pelaksanaannya, peneliti akan menelaah secara mendalam konten unggahan media sosial pada akun @storyham.id. Selanjutnya, isi pesan yang terkandung dalam setiap unggahan akan dianalisis untuk

---

<sup>27</sup> M.Pd Dr.Abdul Fatah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung :CV Harfaaa Kreatif, 2023), hlm.31.

mengidentifikasi makna yang terdapat di dalamnya, kemudian diklasifikasikan ke dalam aspek-aspek utama ajaran Islam, yaitu akidah, syariat, dan akhlak. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pola dan karakteristik pesan dakwah yang disampaikan melalui media tersebut.<sup>28</sup>

## 2. Sumber Data

Merujuk pada pihak atau tempat darimana data itu diperoleh. Jika peneliti menggunakan angket atau wawancara sebagai metode pengumpulan data, individu yang memberikan jawaban disebut responden, yaitu orang yang memberikan tanggapan secara lisan atau tertulis atas pertanyaan peneliti.<sup>29</sup> Adapun jenisnya:

### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama tanpa melalui pihak perantara, sehingga mencerminkan kondisi yang sebenarnya di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer diambil dari 40 unggahan yang dipilih dari total 750 unggahan yang terdapat pada akun media sosial @storyham.id. Data tersebut kemudian digunakan sebagai

---

<sup>28</sup> Burhan Bugin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana 2022), hlm. 163.

<sup>29</sup> Noor, Juliansyah. "Metodelogi penelitian." *Jakarta: Kencana Prenada Media Group* (2011).

bahan utama dalam proses analisis sesuai dengan fokus penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang di peroleh peneliti secara tidak langsung, yakni melalui pemanfaatan sumber-sumber yang telah ada. Data ini berperan sebagai data pendukung yang memperkuat analisis dan pembahasan dalam penelitian.

3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data harus diawasi agar validitas dan reliabilitasnya terjaga. Teknik pengumpulan data sangat penting karena metode yang tepat dapat mempercepat jalannya penelitian. Berbagai metode dapat digunakan dalam proses ini:

a. Observasi

Observasi dilakukan ketika objek penelitian tidak memungkinkan untuk diajak berkomunikasi secara langsung dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan. Teknik ini merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk mengamati secara langsung aktivitas pada akun Instagram @storyham.id. Adapun data yang

dikumpulkan berupa informasi yang terdapat dalam unggahan-unggahan pada akun tersebut, yang kemudian dijadikan sebagai bahan analisis sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>30</sup>

b. Wawancara

Wawancara adalah metode komunikasi antara peneliti dan narasumber yang bertujuan untuk menggali informasi secara langsung, dengan informan yaitu individu yang mempunyai informasi yang dibutuhkan peneliti. Wawancara pada umumnya dilakukan ketika suatu peristiwa terjadi, dan biasanya dilakukan setelah upaya-upaya yang dilakukan untuk menghadapi peristiwa tersebut.<sup>31</sup> Tujuan utama wawancara adalah memperoleh informasi untuk memverifikasi fakta dan menunjang pengumpulan data dalam penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran berbagai sumber

---

<sup>30</sup> Hasyim Hasanah, *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Altermatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*, At-Taquaddum.(2022), hlm 21.

<sup>31</sup> Fadhallah, R. A. (2022). *Wawancara*. Unj Press.

tertulis maupun visual, seperti catatan, notulen, arsip, media massa, serta foto atau rekaman kegiatan, yang bertujuan untuk memperoleh data pendukung guna melengkapi informasi dari metode lain. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi dimanfaatkan untuk mengumpulkan informasi yang bersumber dari media sosial Instagram @storyham.id, khususnya pada setiap unggahan yang terdapat di dalamnya, yang kemudian digunakan sebagai bahan analisis untuk mendukung pencapaian tujuan penelitian.<sup>32</sup>

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan penting dalam proses penelitian yang dilakukan setelah data berhasil dikumpulkan. Teknik ini digunakan untuk mengolah, menelaah, serta menafsirkan data secara sistematis agar dapat menghasilkan informasi yang bermakna dan sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>33</sup>

##### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan awal dalam analisis data kualitatif yang

---

<sup>32</sup> Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jaikani, *Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, *Jurnal Pendidikan Islam*. 1.2 (2023), hlm. 1-9.

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2024

meliputi kegiatan seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan pengorganisasian data mentah hasil penelitian di lapangan. Pada tahap ini, peneliti memilah data yang relevan dengan fokus penelitian dan mengesampingkan data yang tidak berkaitan. Proses ini berlangsung secara berkelanjutan selama penelitian, sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih terstruktur dan memudahkan pelaksanaan analisis selanjutnya.<sup>34</sup>

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap lanjutan setelah proses reduksi data, yaitu dengan menyusun data yang telah dipilih ke dalam bentuk yang sistematis dan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data umumnya dilakukan dalam bentuk uraian naratif, tabel, matriks, atau bagan. Penyajian data bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami pola, hubungan, serta kecenderungan yang terdapat dalam data, sehingga dapat mendukung proses pengambilan kesimpulan.<sup>35</sup>

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan

---

<sup>34</sup> Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J., *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 4th Edition, 2023.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2024.

tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang telah disajikan. Kesimpulan yang dihasilkan bersifat sementara pada tahap awal dan dapat berkembang seiring dengan bertambahnya data yang diperoleh.<sup>36</sup>

## H. Sistematika Penelitian

Agar memperoleh tulisan sesuai dengan aturan-aturan penulisan, meliputi:

### 5. BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, kegunaan penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, metode penelitian dan sistematika penelitian.

### 6. BAB II Kajian Teori

Menjelaskan tentang beberapa definisi secara mendalam tentang yang menjadi fokus utama penelitian tentang Dakwah, Unsur-unsur Dakwah, Instaagran dan Dakwah di era digital.

### 7. BAB III Profil akun dan Objek Penelitian

Menyajikan tentang profil akun dan gambaran objek penelitian pada akun @storyham.id.

### 8. BAB IV Analisis Hasil Penelitian

Bab ini akan membahas tentang analisis objek penelitian menggunakan analisis konten dan memaparkan hasil penelitian terkait pesan

---

<sup>36</sup> Creswell, J. W., & Creswell, J. D., *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 2025.

dakwah pada akun @storyham.id.

#### 9. BAB V Penutup

Bab terakhir , bab ini akan membahas mengenai Kesimpulan yang telah dilakukan oleh peneliti, dan saran bagi peneliti atau objek yang diteliti.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

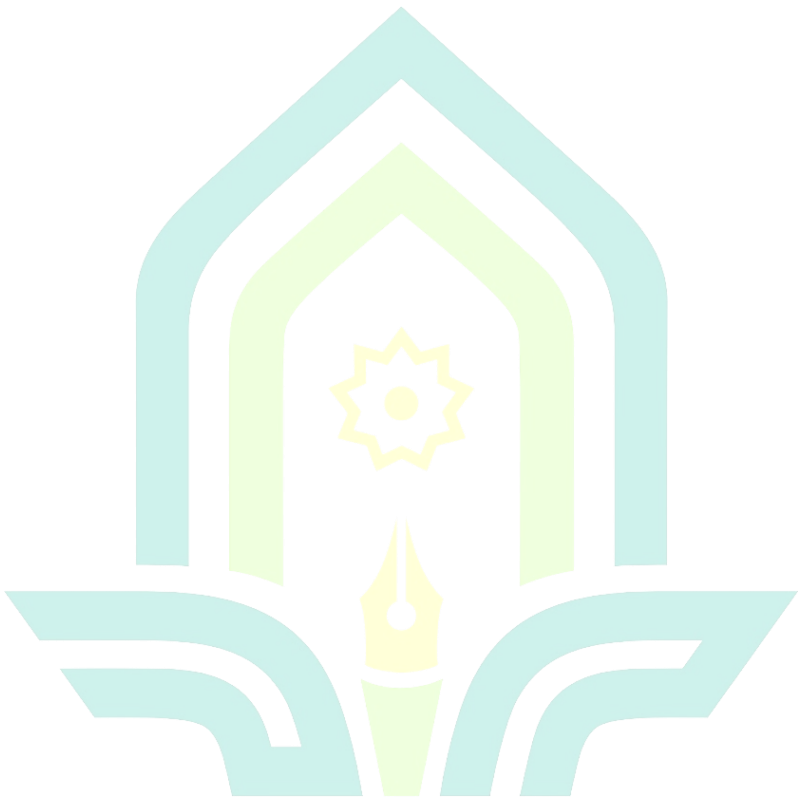
Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap konten dakwah pada akun Instagram @storyham.id, peneliti menyimpulkan dari 756 unggahan yang telah diamati, konten dakwah pada akun ini dapat dikategorikan ke dalam tiga tema utama, yakni akidah, syariat, dan akhlak. Dalam kategori akidah, peneliti menemukan bahwa pesan dakwah yang disampaikan mencakup berbagai sub-tema, antara lain iman kepada Allah SWT (21 unggahan), iman kepada Al-Qur'an (29 unggahan), iman kepada qadha dan qadar (30 unggahan), tawakal pada takdir (32 unggahan), keyakinan pada doa (29 unggahan), tawakal dalam menghadapi masalah (60 unggahan), ketenangan melalui sholat (40 unggahan), dan keyakinan terhadap kehendak Allah SWT (42 unggahan). Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek akidah mendapat porsi yang cukup besar dalam strategi dakwah akun tersebut, dengan penekanan khusus pada penguatan keyakinan dan ketawakulan kepada Allah SWT di tengah berbagai problematika kehidupan.

#### **B. Saran**

Adapun saran dan kritik yang ingin peneliti sampaikan sebelum mengakhiri penelitian ini yaitu :

- 1) Akun Instagram @storyham.id yang merupakan sebuah media sosial yang dapat memberikan dakwah dengan menunggah konten-konten gambar diharapkan menjadi contoh kepada masyarakat agar dapat mengamalkan pesan-pesan dakwah yang ada pada unggahan akun @storyham.id.
- 2) Untuk pengguna media sosial Instagram khususnya penikut akun @storyham.id semoga mampu

menerapkan pesan dakwah yang sudah di ketahui lewat unghahan konten gambar dalam kehidupan sehari-hari dan menyebarkannya kepada orang dekat mereka.



## DAFTAR PUSTAKA

- A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1994), hlm. 65.
- Abdurrahman, Q., & Badruzaman, D. (2023). *Tantangan dan peluang dakwah Islam di era digital*. *Komunikasia: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*.
- Agusta, I. (2023). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188.
- Ahmad Fadli, "Analisis Data Kualitatif dalam Penelitian Komunikasi," *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 2 (2017): 160–161.
- Ahmad Sarbini, "Strategi Dakwah di Era Digital," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 9 No. 1 (2021): 53.
- Ahmad Sarbini, "Transformasi Media Dakwah di Era Digital," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10 No. 2 (2022): 75–88.
- Ahmad Sarbini, "Transformasi Media Dakwah di Era Digital," *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10 No. 2 (2022): 75–88.
- Ahmad Satori Ismail, *Strategi Dakwah Islam* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018), hlm. 74.
- Ali Mahfudz, *Hidayatul Mursyidin ila Thuruq al-Wa'zh wal Khithabah* (Kairo: Dar al-Ma'arif, 2023), hlm. 45.
- ALI, H. Baharuddin. Tugas dan Fungsi Dakwah dalam Pemikiran Sayyid Quthub. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 2014, 15.1: 125-135.
- Amanah, Nining Nur. *Pesan dakwah pada media sosial: Studi analisis semiotika Roland Barthes dalam postingan IGTV akun Instagram@ qoonit periode Mei–Juli 2020*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2025.
- Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Media Baru* (Bandung:

- Mizan, 2022), hlm. 48. Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2022).
- Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial* (Jakarta: Rajawali Press, 2022), hlm. 27.
- Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, hlm. 48. Kurniawan, Teguh. "Instagram sebagai Media Komunikasi Visual di Era Digital," *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 8 No. 2 (2021): 45–58.
- Ansori, I., & Jaya, C. K. (2025). *Komunikasi Dakwah di Era Digital*. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 1–16.
- Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, *Metode Dakwah*, hlm. 31.
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 2023),.163
- Busiri, Achmad. (2023). *Kamus tematik 3 bahasa (Arab–Indonesia–Inggris)*. Malang: IAIS Press.
- Daya Tarik Dakwah Digital sebagai Media Penyiaran Agama Islam untuk Generasi Milenial*, Nurjanah dkk., Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia, 2025.
- Ersady, Faizal Faithy, et al. (2025). *Pemanfaatan teknologi sebagai media dakwah dan edukasi dalam lembaga pendidikan Islam*.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Fitriah Sari, "Digitalisasi Dakwah dan Tantangan Era Disrupsi," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 8 No. 2 (2022): 90–104.
- Fauzi, A. (2025). *Peran dai dalam menyampaikan pesan dakwah di era digital*. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 8(1), 55–70.
- goodstats, "Pengguna Instagram berdasarkan rentan usia."Dibuka Pada 20 November 2024 pukul 13:23
- Habib, A., & Wardani, S. R. (2025). *Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Hulaiqi pada Majelis Remaja*.

Jurnal Studi Komunikasi Islam.

- H. Rahmat, *Ilmu Dakwah* (repository Universitas Islam Depok), 2024.
- H. Rahmat, *Ilmu Dakwah* (repository Universitas Islam Depok), 2024.
- Hamdan Daulay, *Sejarah Dakwah Islam* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 102.
- Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). Youtube sebagai media dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63-80.
- Hardian, N. (2018). Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 42-52.
- Hardian, N. (2018). Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 42-52.
- Hibrizi, Azzam Nabil. "Unsur-Unsur Komunikasi dalam Dakwah Rasulullah SAW dan Implementasi Strategi Dakwah Rasulullah di Era Digital." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah* 5.2 (2024): 116-126.
- Hidayat, M. N. Pengaruh Motif Penggunaan Media terhadap Kepuasan Subscriber YouTube Pemuda Tersesat sebagai Media Dakwah Berbasis Komedi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). 2022, hal. 5
- Imanina, K. (2020). Penggunaan Metode Kualitatif dengan Pendekatan Deskriptif Analitis dalam PAUD. *Jurnal AUDI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Anak Dan Media Informasi PAUD*, 5(1), 45-48.
- Indriyani, P. I., & Khadiq. (2023). *Transformation of Islamic religious practices in the digital era: Opportunities and challenges for contemporary da'wah*. *Jurnal Dakwah*, 24(2), 175–192.
- Indiawan Setowahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi*,

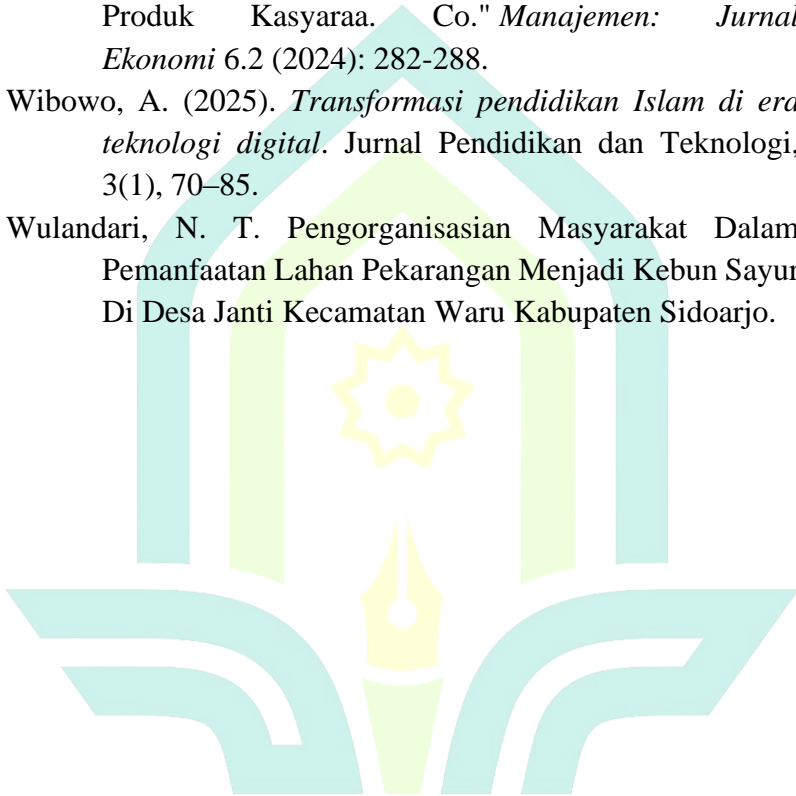
- (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2023), h. 13
- Islam dan Dakwah di Dunia Maya: Peluang dan Resiko di Era Digital*, Naufal Taufikul Hakim Azhar dkk., Indonesian Gender and Society Journal, 2024 (relevan menuju 2025).
- Jafar, I., & Amrullah, M. N. (2018). Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 41-66.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2022), hlm. 54.
- Jurnal at-Taqaddum, Volume 8, Nomor 1, Juli 2021
- Kamaluddin, Kamaluddin. "Pesan dakwah." *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman 2.2* (2016): 37-58.
- Kamal, A. (2025). *Dakwah Islam dan perubahan sosial masyarakat digital*. *Jurnal Sosiologi Islam*, 6(1), 23–38.
- Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2019), hlm. 24.
- Kurniawan, Teguh. "Instagram sebagai Media Komunikasi Visual di Era Digital," *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 8 No. 2 (2021): 45–58.
- Latif, U. (2024). *Perkembangan ilmu dakwah di era modern*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 9(1), 66–80.
- M. Natsir, *Fiqhud Dakwah*, (Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 2000), hlm. 45.
- M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 2022), hlm. 521.
- Muhammad Syaiful Munir "Nilai-nilai dakwah dalam "Meme Tuman" di akun Instagram Khofifah Indar Parawasna", Semarang 2019.
- Mustofa, Amir, Fathor Rosi, and Adi Susianto. "Konstruksi

- Pesan Dakwah Habib Muhammad Taufiq al-Djufri dalam Ceramah Pernikahan: Analisis Semiotika Roland Barthes pada Konten YouTube." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 8.3 (2025): 594-614.
- Naja, H. N. (2022). *Peran Dakwah Jama'ah Tabligh Dalam Menanamkan NilaiNilai Islami Masyarakat Abangan Desa Boto Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2023).
- Nisa, Maufiratun. "Analisis Pesan Dakwah Ustadz Agam Fachrul di Media Sosial." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah* 6.1 (2025): 51-64.
- Noor, Juliansyah. "Metodelogi penelitian." *Jakarta: Kencana Prenada Media Group* (2020).
- Nur Aini. (2023). *Dakwah virtual dan pembentukan identitas keagamaan di media sosial*. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 10(1), 55–70.
- Nur Aini, "Dakwah Virtual dan Pembentukan Identitas Keagamaan di Media Sosial," *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 10 No. 1 (2023): 55–70.
- Nur Aini, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 8 No. 1 (2021): 102–115.
- Nur Aini, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 8 No. 1 (2021): 102–115.
- Nur Aini, "Transformasi Dakwah di Era Modern," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 7 No. 2 (2022): 125.
- Nur Hidayat, Akidah Akhlak dan Pembelajarannya,

- (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), hlm. 60-65
- Nurjanah, et al. (2025). *Daya tarik dakwah digital sebagai media penyiaran agama Islam untuk generasi milenial.*
- Nurjanah, et al. (2025). *Daya tarik dakwah digital sebagai media penyiaran agama Islam untuk generasi milenial.*
- Octaviani, Rika, and Elma Sutriani. "Analisis data dan pengecekan keabsahan data." (2023).
- Pamungkas, David, and Winda Dwi Astuti Zebua. "Pengaruh pesan kampanye# mandirinzoperational2030 di instagram terhadap citra perusahaan bank mandiri mandiri." *Saber: Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi* 3.2 (2025): 117-129.
- PANGESTU, WAHYU. *PESAN DAKWAH BANG JACK DALAM SINETRON PARA PENCARI TUHAN JILID 16 TAHUN 2023 (Pendekatan Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*. Diss. SI-Komunikasi Penyiaran Islam UIN SSC, 2025.
- Pehainanto, Internet Sebagai Media Dakwah Alternatif Pada Masyarakat Informasi, (Surabaya: Jurnal Ilmu Dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel. Vol.4no2,2001), h.8
- Peminfaatan Teknologi Sebagai Media Dakwah dan Edukasi dalam Lembaga Pendidikan Islam*, Faizal Faithy Ersady dkk., UIN Walisongo Semarang, 2025.
- Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. "Dinamika dakwah Islam di era modern." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41.1 (2021): 43-55.
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Roni Tabroni, *Komunikasi Dakwah di Era Digital*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020).

- Rulloh, Risqal, Abdurrazaq, Muhammad N., & Sobirin. (2025). *Pesan dakwah di media sosial Instagram: Analisis isi pada akun Instagram*. *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 6(1), 75–92.
- Rulloh, Risqal, Muhammad N. Abdurrazaq, and Sobirin Sobirin. "Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram: Analisis Isi pada Akun@ hawaariyyun." *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora* 6.1 (2025): 75-92.
- Saragih, Irwansyah. *Komunikasi Digital di Era Media Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020).
- Satria, B., Prabudiaseh, D., Putra, R. E., & Adhha, A. (2024). Strategi komunikasi dakwah di era digital. *Jurnal Pesona Indonesia*, 1(2), 36-42.
- Sugiyono, "Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D". (Bandung: ALFABET 2022) Hlm 13.
- SUJARWENI, V. Wiratna. Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*, 2014.
- Sumbo Tinarbuko, Semiotika Komunikasi Visual (Yogyakarta: Jalasutra, 2022), h. 14.
- Syukriadi Sambas, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2023), hlm. 79.
- Syukriadi Sambas, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2023), hlm. 82.
- Syukriadi Sambas, *Ilmu Dakwah*, hlm. 103.
- Terminologi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 7 No. 1 (2023).
- Thalib, M. A. (2022). Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya. *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 5(1), 23-33.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), hlm.6

- Wahab, A., Syahid, A., & Junaedi, J. (2021). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan. *Education and Learning Journal*, 2(1), 40-48.
- Wirayanti, Luh Putu Lia Kharisma. "Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa. Co." *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 6.2 (2024): 282-288.
- Wibowo, A. (2025). *Transformasi pendidikan Islam di era teknologi digital*. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 3(1), 70–85.
- Wulandari, N. T. Pengorganisasian Masyarakat Dalam Pemanfaatan Lahan Pekarangan Menjadi Kebun Sayur Di Desa Janti Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Diri

Nama : DIMAS FEBRIANTORO  
Jenis Kelamin : LAKI-LAKI  
Tempat, Tanggal Lahir : PEKALONGAN, 10  
FEBRUARI 2001  
Stastu : BELUM MENIKAH  
Pendidikan : S1- KOMUNIKASI  
Kewarganegaraan : INDONESIA  
Agama : ISLAM  
No.HP : 085713610433  
Email :  
[dimas.febriantoro10@gmail.com](mailto:dimas.febriantoro10@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan

1. SD ISLAM 05 KOTA PEKALONAN
2. SMP NEGERI 7 KOTA PEKALONGAN
3. SMK NEGERI 3 KOTA PEKALONGAN
4. UIN K.H ABDURRAHMAN WAHID  
PEKALONGAN