

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
DAKWAH DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
ILMU KOMUNIKASI IAIN PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam*

Oleh

RAHMA FITRI ASIH PURBA
NIM. 1530100004

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
DAKWAH DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
ILMU KOMUNIKASI IAIN PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam*

Oleh

**RAHMA FITRI ASIH PURBA
NIM. 1530100004**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI KALANGAN
MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU
KOMUNIKASI IAIN PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam*

Oleh

**RAHMA FITRI ASIH PURBA
NIM. 15 301 00004**

PEMBIMBING I

**Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., MA
NIP.19680611 199903 1 002**

PEMBIMBING II

**Maslina Daulay, MA
NIP.19760510 200312 2 003**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2019**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5SihitangPadangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi
an. **Rahma Fitri Asih Purba**

Lampiran: 6 (Empat) Exemplar

Padangsidimpuan, 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi wa Barakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. **Rahma Fitri Asih Purba** yang berjudul "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi ' IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, dalam waktu yang berapa lama kami harapkan saudari tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam Sidang Munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatian dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'Alaikum Warahmatullahi wa Barakatuh

PEMBIMBING I

Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., MA
NIP. 19680611 199903 1 002

PEMBIMBING II

Maslina Daulay, MA
NIP. 19760510 200312 2 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Rahma Fitri Asih Purba
NIM : 15 301 00004
JUDUL SKRIPSI : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan

Ketua

Dr. Ali Sati, M.Ag

NIP.19620926 199303 1 001

Sekretaris

Maslina Daulay, MA

NIP.19760510 200312 2 003

Anggota

Dr. Ali Sati, M.Ag

NIP.19620926 199303 1 001

Maslina Daulay, MA

NIP.19760510 200312 2 003

Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., MA

NIP.19680611 199903 1 002

Barkah Hadamean Harahap, M.I.Kom

NIP.19790805 200604 1 004

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 30 Oktober 2019
Pukul : 13.30 WIB s/d selesai
Hasil/Nilai : 78,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,49
Predikat : *Tidak Lulus/Cukup/Sangat Memuaskan/Pujian*



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Fitri Asih Purba
Nim : 15 301 00004
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan**

Menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa meminta bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan *plagiasi* sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa pasal 14 ayat 2

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 30 Oktober 2019

Pembuat Pernyataan,



Rahma Fitri Asih Purba
Nim. 15 301 000004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5SihitangPadangsidimpunan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpunan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Fitri Asih Purba
Nim : 15 301 00004
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpunan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang Berjudul "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpunan**". Serta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpunan berhak menyimpan, mangalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Padangsidimpunan, November 2019

Saya yang Menyatakan


RAHMA Fitri Asih Purba
Nim. 15 301 00004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faksi mile (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: *2085*/In./F.4c/PP.00.9/11/2019

Skripsi Berjudul : **PEMAMFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI KALANGAN
MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU
KOMUNIKASI IAIN PADANGSIDIMPUAN.**

Ditulis Oleh : **RAHMA FITRI ASIH PURBA**
NIM : **15 301 00004**
Jurusan : **Komunikasi Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidimpuan, *12* November 2019

Dekan



Dr. Ali Sati, M.Ag

NIP. 196209261993031001

ABSTRAK

NAMA : RAHMA FITRI ASIH PURBA
NIM : 1530100004
JUDUL : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA DAKWAH DIKALANGAN MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH IAIN PADANGSIDIMPUAN

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media social instagram sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa, bagaimana bentuk dakwah yang disebarakan mahasiswa dalam media social instagram, dan apa factor penghambat dalam pemanfaatan media social instagram sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media social instagram sebagai media dakwah, untuk mengetahui bentuk dakwah yang disebarakan mahasiswa di media social instagram, dan untuk mengetahui factor penghambat dalam pemanfaatan media social instagram dikalangan mahasiswa.

Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan wawancara. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik deskriptif, sedangkan teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh diketahui bahwa dalam pemanfaatan media sosial instagram mahasiswa lebih berperan sebagai objek dakwah yaitu lebih banyak menikmati kajian-kajian dakwah yang telah tersedia disuatu akun instagram. Mahasiswa berperan sebagai subjek dakwah, yaitu menciptakan kajian dakwah kemudian menyebarkan di akun instagram. Selain media dakwah, media social instagram juga dimanfaatkan sebagai media hiburan. Bentuk dakwah yang disebarakan yaitu gambar dan video dengan tulisan sebagai penjelas. Hambatan yang ditemukan dalam memanfaatkan media social instagram sebagai media dakwah yaitu kebutuhan kuota yang besar, serta kurangnya motivasi dari diri mahasiswa sendiri untuk memanfaatkan media social instagram sebagai media dakwah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Ta'ala yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan dalam kepada Rasulullah Muhammad yang telah meninggalkan Al-Qur'an dan Sunnah sebagai pedoman bagi ummat manusia. Skripsi ini berjudul "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah dikalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan**" ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan guna menyelesaikan perkuliahan di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mengalami hambatan tentang masalah yang dibahas dan penulis juga menyadari sepenuhnya, tanpa bantuan moril dan materil dari semua pihak, penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik, tetapi berkat kerja keras dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya skripsi ini serta akan berakhirnya perkuliahan penulis, maka ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim M.CL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan. Bapak Dr. H. Muhammad DarwisDasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Bapak Dr. Anhar Nasution, MA selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Ta'ala yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan dalam kepada Rasulullah Muhammad yang telah meninggalkan Al-Qur'an dan Sunnah sebagai pedoman bagi ummat manusia. Skripsi ini berjudul "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah dikalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan**" ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan guna menyelesaikan perkuliahan di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mengalami hambatan tentang masalah yang dibahas dan penulis juga menyadari sepenuhnya, tanpa bantuan moril dan materil dari semua pihak, penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik, tetapi berkat kerja keras dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya skripsi ini serta akan berakhirnya perkuliahan penulis, maka ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim M.CL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan. Bapak Dr. H. Muhammad DarwisDasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Bapak Dr. Anhar Nasution, MA selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak

- Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Ali Sati, M.Ag selaku dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
Bapak Dr. Mohd.Rafiq, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik.
Bapak Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag, selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
 3. Ibu Risdawati Siregar, S.Ag, M.Pd selaku Ka Prodi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Padangsidimpuan.
 4. Bapak Dr. Mohd. Rafiq, MA selaku pembimbing I dan Ibu Maslina Daulay, MA selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan fikiran untuk memberikan bimbingan, semangat dan pengarahan kepada penulis mulai dari awal bimbingan sampai penyelesaian penulisan skripsi.
 5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan. Serta seluruh civitas akademik FDIK IAIN Padangsidimpuan.
 6. Kepada adik penulis Fahmi Hamdani Purba dan Mila Mentari Purba yang tidak pernah lupa memberikan dukungan dan do'a.
 7. Kepada sahabat dan teman dekat penulis, Anugrah Al Basyir Lubis, Ade Sri Wulan Pane, Elpi Yunita Sari, Nurhaliza, Nurasma Pane, Sri Mawar Harahap, Efra Pohan, Rasyidun Mhd. Akhyar, Ahmad Fauzan Harahap, Muliadi Hasibuan, Muslim Bukhori dan teman-teman angkatan 2015, angkatan 2016 yang telah

memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Teristimewa kepada Ayahanda Nasran Purba dan Ibunda Nurhalisna Dalimunthe yang telah mengasuh, membesarkan, mendidik, memberikan motivasi saat peneliti merasa lelah menuntut ilmu. Ayahanda dan Ibunda yang selalu siap memenuhi segala kebutuhan peneliti mulai dari SD sampai saat ini, yang selalu siap mendengarkan keluh kesah peneliti terutama saat menyelesaikan penelitian ini. Peneliti sangat berterimakasih kepada Ayahanda dan Ibunda yang bersedia banting tulang menahan panas terik dan hujan demi menyekolahkan peniliti sampai memperoleh gelar Sarjana. Serta yang selalu memberi dukungan dan do'a mulai dari pendidikan tingkat Dasar sampai menyelesaikan S1 di IAIN Padangsidimpuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu sangat diharapkan kritik dan saran dari semua pihak, guna kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, disini penulis ucapkan terimakasih, semoga budi baik dan bantuannya dibalas oleh Allah SWT. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Padangsidimpuan, 4 Oktober 2019



Rahma Fitri Asih Purba
Nim. 15 301 000 04

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Batasan Istilah	8
F. Kegunaan Penelitian.....	11
G. Sistematika Pembahasan	12
BAB II Tinjauan Pustaka	14
A. Kajian Teori	14
1. Komunikasi.....	14
2. <i>Uses and Gratifications Theory</i>	15
3. Media Sosial	17
4. Instagram.....	20
5. Manfaat Media SosialInstagram	21
6. Dakwah	22
7. Dakwah Multimedia.....	26
8. Pandangan Islam Terhadap Media Sosial.....	27
B. Kajian Terdahulu	29
BAB III Metodologi Penelitian.....	32
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	32
B. Jenis Penelitian.....	32
C. Subjek Penelitian	33
D. Sumber Data.....	34
E. TeknikPengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisa Data	36

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV Hasil Penelitian.....	39
A. Temuan Umum	39
1. Gambaran Umum FDIK	39
2. Jumlah Dosen FDIK.....	41
3. VisidanMisi FDIK.....	44
B. TemuanKhusus	45
1. Pemanfaatan Media SosialInstagram	45
2. Analisis Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	64
1. Kesimpulan	64
2. Saran-saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dari waktu ke waktu semakin memfasilitasi kehidupan sehari-hari. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi tersebut hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Pada pagi hari, banyak orang yang dibangunkan dari tidur oleh alarm jam, kemudian langsung menghidupkan televisi, menyalakan *handphone* atau komputer untuk memeriksa *email*, melihat pesan di *facebook* atau melihat kejadian yang sedang terjadi di *instagram*. Sadar atau tidak sadar manusia zaman sekarang bergantung pada teknologi.¹

Salah satu perkembangan teknologi didukung dengan munculnya media sosial. Media sosial adalah sarana atau media yang mewadahi suatu kumpulan masyarakat maya yang saling berkaitan atau menjalin kerjasama untuk mencapai suatu tujuan, atau bisa juga disebut sarana perkumpulan masyarakat maya yang haus akan informasi. Media sosial memudahkan masyarakat untuk mengakses atau menyebarkan informasi baik dalam bentuk tulisan, audio, video, audio dan video, dan lainnya. Beberapa

¹Morissan dan Andi Corry Wardhani, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), hlm.30

bentuk media sosial yang berkembang saat ini yaitu *facebook, twitter, blog, youtube, instagram* dan masih banyak yang lainnya. Saat ini seseorang bisa mengetahui aktivitas orang lain melalui media sosial, sementara tidak kenal dan tidak pernah bertemu langsung. Media sosial bahkan menjadi “senjata baru” bagi banyak bidang. Dari berbagai jenis media sosial penulis memokuskan pada pemanfaatan instagram sebagai sarana penyebar informasi.²

Instagram adalah sebuah aplikasi *microbloging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, membagikannya ke berbagai jejaring sosial. Pengguna Instagram di Indonesia bukan hanya sebatas mengunggah foto dan tren gaya hidup saja dalam kegiatan sehari-hari, namun sudah memanfaatkannya sebagai media berdakwah. Instagram merupakan salah satu media baru yang telah banyak dikenal secara umum oleh masyarakat pengguna internet seluruh dunia. Instagram bisa menjadi media alternatif dalam pengembangan syiar agama Islam dalam bentuk gambar yang disertai tulisan-tulisan atau dalil-dalil dalam menyebarkan dakwah Islamiah.³

Instagram bisa menjadi sumber informasi, wadah dokumentasi dan tempat berkomunikasi atas persoalan yang penting. Instagram juga dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran yang tidak diperoleh di bangku

²Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 16, No. 01, Mei 2017, hlm. 152

³*Ibid.*, hlm. 152

perkuliahan. Namun saat ini kebanyakan orang menggunakan instagram sebagai wadah mengungkapkan isi hati, atau untuk ajang menunjukkan diri yang berlebihan. Sehingga instagram kemudian hanya berisi hal-hal yang tidak bermanfaat. Sebagian orang yang berperilaku tidak wajar juga dapat memanfaatkan instagram sebagai media untuk menjaring korbannya. Hal inilah yang harus dihindari dan diantisipasi. Misalnya dengan tidak membuat status atau memposting makian pada seseorang atau institusi, melakukan tindakan diskriminatif pada seseorang atau institusi, tidak mengunggah foto atau video yang menampilkan kekerasan, meskipun foto atau video tersebut hak milik pribadi, jangan memposting foto yang menunjukkan kemewahan secara berlebihan. Ketika akan menyetujui permintaan teman, lihatlah jaringan teman, sehingga bisa seseorang itu dipastikan mengenali lingkaran teman dan menjadi lebih aman untuk berbagi cerita atau informasi. Jangan sesekali mengunggah data atau informasi yang sifatnya rahasia.⁴

Saat ini banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial instagram. Dalam penggunaan instagram mahasiswa diharapkan mampu untuk memilih konten yang baik dan benar. Karena di instagram banyak konten-konten yang bersifat negatif sehingga tidak layak untuk diakses oleh mahasiswa. Salah satu bentuk positif penggunaan instagram yang dilakukan mahasiswa yaitu mengupload foto saat melakukan rekreasi, studi tour atau

⁴*Ibid.*, hlm. 153

saat berdiskusi. Namun, langka mahasiswa yang menggunakan instagram sebagai media dakwah. Sebagian mahasiswa juga fokus pada bisnis online, sehingga tidak ada penyebaran dakwah di akun media sosialnya.⁵

Selain mahasiswa, ada juga *da'i* menggunakan instagram sebagai akun dakwah. Sosok *da'i* tersebut yaitu Ustad Hanan Attaki, dengan akun instagram @hanan_attaki. Akun tersebut berisi kajian dakwah berupa video pendek, dengan bahasa yang mudah dipahami. Kajian ustad Hanan Attaki pada umumnya digemari oleh kaum muda, karena banyak kajian berisi motivasi untuk anak muda menjadi sosok yang sesuai dengan ajaran Islam dan penyampaian kajian dakwah sesuai dengan zaman sekarang. Hal ini dilihat dari penggemar akun @hanan_attaki sudah mencapai 7,4 juta pengikut (*follower*).⁶

Berdasarkan observasi awal pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 dan 2016 yang berjumlah 182 mahasiswa. Angkatan 2015 berjumlah 108 mahasiswa, dan angkatan 2016 berjumlah 74 mahasiswa.⁷ Rata-rata mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi menggunakan akun sosial media Instagram dan tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa tersebut aktif dalam memanfaatkan media sosial tersebut. Hasil pengamatan peneliti sementara mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu

⁵Observasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 15 Maret 2019

⁶Hasil pengamatan akun dakwah Ustad Hanan Attaki, @hanan-attaki, 20 Juli 2019

⁷Data Mahasiswa Aktif Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Nim 2015 dan Nim 2016, *Absensi Mahasiswa FDIK*, Semester Genap Tahun 2018 ditandatangani oleh Kasubbag Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

komunikasi khususnya Nim 2015 dan 2016 rata-rata menggunakan media sosial instagram, dan hanya sebagian kecil yang tidak menggunakan instagram. Mahasiswa tersebut memanfaatkan instagram untuk mencari informasi yang sedang terjadi saat ini, dan untuk berkomunikasi dengan saudara yang bertempat tinggal jauh.

Memanfaatkan instagram sebagai media dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu, mahasiswa sebagai subjek dan objek dakwah. Sebagai subjek dakwah berarti mahasiswa langsung membuat kajian dakwah baik berupa gambar, tulisan atau video secara langsung dan menyebarkan di akun media sosial secara pribadi. Sedangkan sebagai objek dakwah yaitu mahasiswa melihat kajian dakwah yang dibuat orang lain dan mengambil makna kajian. Perbandingan antara mahasiswa yang memanfaatkannya sebagai media dakwah dengan yang memanfaatkannya sebagai alat kesenangan pribadi sangat kecil.

Merujuk hasil pengamatan awal peneliti, ada tiga tipe mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial Instagram. Pertama, mahasiswa memanfaatkan media sosial instagram untuk melihat video dakwah dan tulisan-tulisan dari satu gambar yang berisi kajian dakwah. Kedua, mahasiswa yang menggunakan instagram dengan mengunggah suatu gambar atau video dilengkapi tulisan sebagai penjelas. Ketiga, mahasiswa yang menggunakan instagram untuk kesenangan pribadi seperti mengunggah video atau foto dalam kehidupan sehari-hari, dan untuk melihat akun idola. Mahasiswa

tersebut beranggapan bahwa masih belum tinggi ilmu atau pemahaman mengenai keIslaman. Sehingga mahasiswa lebih suka menampilkan dirinya sendiri agar dilihat oleh orang banyak. Sebagian mahasiswa juga menganggap dirinya bukan ustad atau ustadzah yang bertugas untuk menyebarkan dakwah di media sosial mereka. Akibatnya, tidak semua mahasiswa dapat mencerminkan aturan-aturan dalam agama Islam, sehingga tidak tercipta akhlak yang lebih baik lagi. Selain itu tidak teraplikasikan fungsi media sosial sebagai media dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini mahasiswa diharapkan dapat lebih kreatif dalam memanfaatkan media sosialnya untuk menyebarkan dakwah, seperti membuat inovasi lebih menarik lagi dalam penyebaran dakwah di media sosial. Sehingga penyebaran dakwah tidak monoton, dan membosankan bagi para pendengar atau yang melihatnya.⁸

Merujuk dari uraian tersebut, maka penulis tertarik membahas dan mengangkat sebuah judul penelitian **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan.**

B. Fokus Masalah

Adapun fokus masalah dari judul Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan. Penelitian ini memfokuskan pada mahasiswa yang langka menggunakan media sosial untuk media dakwah, baik

⁸Observasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 28 April 2019

sebagai subjek dakwah maupun sebagai objek dakwah. Kebanyakan mahasiswa menggunakan media sosialnya untuk memposting hal yang tidak berfaedah. Akibatnya memunculkan sikap ria bagi pengguna akun.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan?
2. Bagaimana bentuk dakwah yang disebarkan mahasiswa FDIK dalam media sosial instagram?
3. Apa faktor penghambat mahasiswa dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui bentuk dakwah yang disebarkan mahasiswa FDIK dalam media sosial instagram.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat mahasiswa dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media dakwah di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan.

E. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya makna ganda dalam memahami istilah penelitian ini, maka penulis memberikan batasan istilah sebagai berikut:

1. Media Sosial

Media adalah alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, televisi, film, spanduk.⁹ Media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima.¹⁰ Media merupakan alat atau perangkat yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi agar dapat diterima oleh sasaran. Sedangkan makna sosial di *Internet* ada kerja sama diantara berbagai individu untuk menghasilkan barang secara kolektif dan harus dimiliki secara kooperatif. Selain itu makna sosial dalam hal ini yaitu sekumpulan individu yang membentuk sebuah jaringan sosial dalam satu *platform*.¹¹

Jadi, media sosial adalah satu sarana yang menggabungkan sekelompok individu dalam satu *platform* atau satu jaringan yang menghasilkan satu barang yang bersifat kooperatif.

Media sosial berbeda dengan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak

⁹Farida Hamid, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap* (Surabaya: Apollo, 2009), hlm.371

¹⁰Arief S Sadiman dkk, *Media Pendidikan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 6

¹¹Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media: 2017), hlm. 7

(penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.¹² Perbedaan antara media sosial dengan media massa yaitu penyebaran informasi lebih cepat di media sosial daripada media massa. Selain itu dalam suatu pemberitaan hanya jurnalis yang mengetahui informasi yang ada di media massa.

2. Instagram

Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”.¹³ Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial online yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan social media seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.¹⁴ Menurut Atmoko instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi.¹⁵ Jadi instagram merupakan suatu fitur atau aplikasi yang berfungsi untuk mengambil gambar atau video dan mengeditnya kemudian menyebarkannya agar dapat dilihat orang lain.

¹²Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 126

¹³Sudarno Wiryohandoyo, *Perubahan sosial dalam Masyarakat Modern* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2002)

¹⁴Mahda Suri, “Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop Di Instagram Terhadap Citra Perusahaan Ladyfameshop”(Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Lampung 2017), hlm. 19

¹⁵Bambang Atmoko Dwi, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 3

3. Dakwah

Dakwah secara etimologi berasal dari kata bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan* artinya mengajak, menyeru, memanggil.¹⁶ Dakwah adalah aktivitas dan upaya yang mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang tidak baik kepada yang lebih baik.¹⁷ Adapun yang dimaksud media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah.¹⁸ Media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyebaran dakwah agar sampai kepada mad'u, sehingga maksud dari isi dakwah tersebut dapat dipahami dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Ada beberapa media yang dapat digunakan dalam penyebaran dakwah. Namun dalam hal ini media yang digunakan dalam penyebaran dakwah yaitu instagram.

4. Mahasiswa

Mahasiswa yaitu pelajar di perguruan tinggi.¹⁹ Mahasiswa adalah panggilan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan di Universitas atau Perguruan tinggi sebagai agen perubahan bagi masyarakat.

¹⁶Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009) hlm.1

¹⁷M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm.21

¹⁸Samsul Munir Amin, *Op. Cit.*, hlm.1

¹⁹W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007).

Mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa FDIK IAIN Padangsidempuan NIM 2015 dan 2016

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini yang diharapkan sebagai berikut:

1. Secara teoritis
 - a. Sebagai kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam kajian ilmu teknologi, informasi dan komunikasi
 - b. Sebagai kontribusi pemikiran sekaligus bahan masukan dalam meningkatkan mutu dan kualitas mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah.
2. Secara praktis
 - a. Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penulis tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah.
 - b. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

G. Sistematika pembahasan

Agar pembahasan lebih sistematis dan memudahkan pembaca dalam memahaminya, maka penulis membuat sistematika penulisan proposal sebagai berikut:

BAB I berisi Pendahuluan, yang meliputi: Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Batasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian.

BAB II, bab ini menguraikan tentang: Tinjauan Pustaka dan Kajian Terdahulu/ Penelitian terdahulu.

BAB III, berisi tentang metodologi Penelitian, yang meliputi: Waktu dan Lokasi Penelitian, Jenis Penelitian, Subjek Penelitian, Sumber Data, Teknik Menentukan Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, serta Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.

BAB IV adalah hasil penelitian, yang akan menguraikan tentang temuan umum yang meliputi: Gambaran umum FDIK IAIN Padangsidempuan, Jumlah Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Sedangkan temuan khusus peneliti meliputi: Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah

dikalangan mahasiswa, Bentuk Dakwah yang Disebarkan Mahasiswa, Faktor Penghambat Pemanfaatan Media Sosial Instagram, Analisis Penelitian.

BAB V yaitu Penutup yang meliputi: Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dan Saran-saran yang bertujuan sebagai bahan masukan terhadap mahasiswa, Dosen dan Fakultas agar lebih memerhatikan sarana prasarana penunjang pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai media dakwah di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi *New Media*

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku seseorang.¹ *New media* atau media baru merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Sehingga pengistilahan ini bukan berarti kemudian media lama menjadi hilang digantikan media baru, namun ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja.

Dalam media baru ada kombinasi antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa, karena menjangkau khalayak secara global maka bisa dikatakan komunikasi massa, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka

¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 20

dikatakan komunikasi interpersonal.² Jadi komunikasi *new media* adalah proses penyampaian informasi melalui media baru seperti media sosial.

B. *Uses and Gratifications Theory* (Teori Kegunaan dan Kepuasan)

Teori *Uses and Gratifications* pertama kali diperkenalkan oleh Blumer dan Elihu Katz. Teori ini dikenalkan pada tahun 1974. *Uses and Gratifications* milik Blumer dan Katz ini, menyebutkan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Teori *Uses and Gratifications* menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia memiliki wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada diri penggunanya. Teori ini juga mengatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan.³

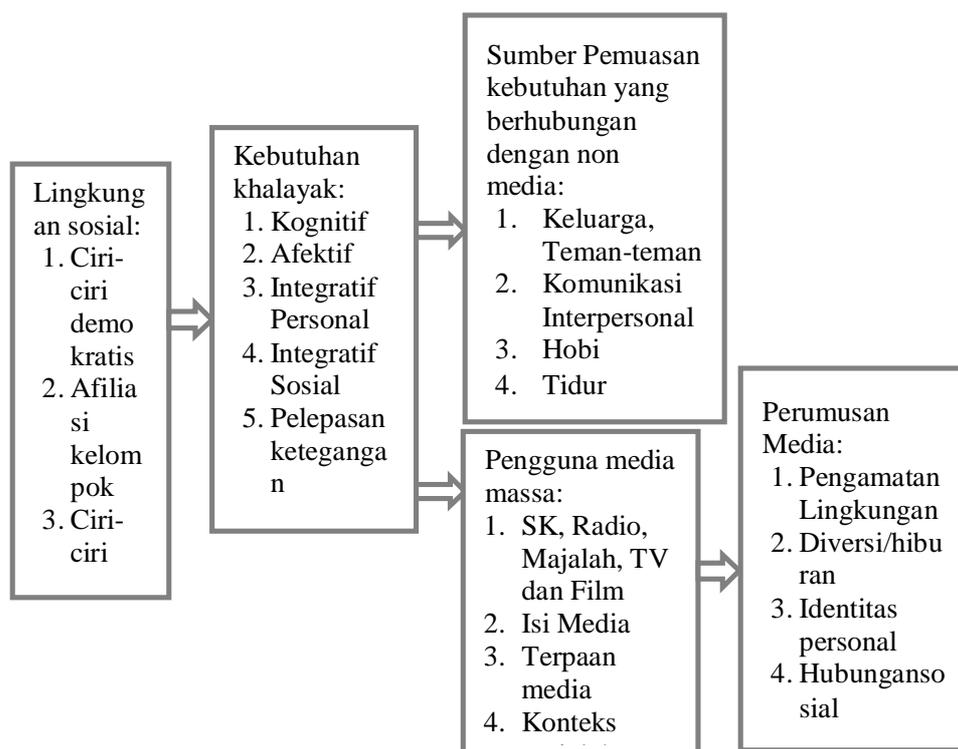
Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Pengguna teori ini bisa dilihat dalam kasus selektivitas musik personal, seseorang menyeleksi musik tidak musik tidak hanya karena cocok dengan lagunya, tetapi juga untuk

²Errika Dwi Setya Watie, Komunikasi dan Media Sosial, *Jurnal The Messenger*, Vol. III, No. 1, Edisi Juli 2011

³Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo: 2009), hlm. 191

motif-motif yang lain, misalnya untuk gengsi diri, kepuasan batin, atau sekedar hiburan.⁴

Teori *uses and gratification* berjalan dengan beberapa cara yang dapat dilihat melalui struktur dibawah ini:



Sumber: Buku Pengantar Komunikasi Massa⁵

Interaksi orang di media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Gratifikasi yang sifat umumnya antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial. Selain itu, alasan khalayak aktif memilih media karena ingin memperoleh

⁴*Ibid.*, hlm. 192

⁵*Ibid.*, hlm. 193

kepuasan dalam suatu informasi. Misalnya orang yang suka menonton sinetron akan memanfaatkan media yang berhubungan dengan kepuasannya daripada media lain.⁶

Pemanfaatan media sosial dikalangan mahasiswa FDIK IAIN Padangsidimpuan dikuatkan oleh teori *uses and gratification* sebagai teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, hal ini dilihat dari pemanfaatan media sosial yang dimanfaatkan atau digunakan sesuai keinginannya. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang memiliki peran aktif menggunakan media untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dan dibutuhkannya, untuk mencapai kepuasan seseorang dalam memanfaatkan media.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media berasal dari kata bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, perantara, atau pengantar. Media adalah alat penyampai suatu pesan dari pengirim kepada penerima pesan.⁷ Media adalah segala sesuatu bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Dari defnisi tersebut dapat disimpulkan bahwa media merupakan sesuatu yang bersifat menyalurkan pesan dan dapat mendorong terjadinya proses belajar pada dirinya. Media sosial adalah

⁶*Ibid.*, hlm. 194

⁷ Azhar Arsyad dan Asfiah Rahman, *Media Pembelajaran*(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hlm.3

sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial merupakan website dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter dan Instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk menggunakan dengan memberi kontribusi dan umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.⁸

Menurut Feldman, New Media memiliki lima karakteristik, yaitu:

- a. Mudah dimanipulasi. Hal ini sering kali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perdebatan, karena media baru memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan merubah berbagai data dan informasi dengan bebas.
- b. Bersifat networkable, artinya, konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah disharedan dipertukarkan antar pengguna lewat jaringan internet yang tersedia.

⁸ Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, *Jurnal Publiciana*, Vol. 9, No. 1, Juni 2016, hlm.143

- c. Bersifat compressible, konten-konten yang ada dalam media baru dapat diperkecil ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi. Hal ini memberi kemudahan untuk menyimpan konten-konten tersebut dan mensharenya kepada orang lain.
- d. Padat, dimana kita hanya membutuhkan space yang kecil untuk menyimpan berbagai konten yang ada dalam media baru. Sebagai contoh, kita hanya memerlukan satu PC yang terkoneksi dengan jaringan internet untuk dapat menyimpan berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia dalam PC tersebut.
- e. Imparsial, konten-konten yang ada dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Karena itulah media baru seringkali disebut sebagai media yang sangat demokratis.⁹

2. Jenis-jenis Media Sosial

- a. Media jaringan sosial, merupakan media yang sangat populer dalam jenis media sosial yang biasa digunakan untuk melakukan hubungan sosial. Contohnya Facebook.
- b. Blog, merupakan media sosial yang memungkinkan pemakainya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, dan informasi. Contohnya *Wordpress* atau *Blogspot*.
- c. *Microblogging*, tidak berbeda dengan blog, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang digunakan untuk menulis dan mempublikasikan kegiatan atau pendapat dalam ruang lingkup lebih kecil. Misalnya twitter.

⁹Bimo Mahendra, Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi), *Jurnal Komunikasi* Vol. 16, No. 1 Mei 2017, hlm. 151 – 160

- d. *Media Sharing*, merupakan jenis media yang dimanfaatkan penggunaanya untuk mengunggah file, video, audio, gambar dan sebagainya. Misalnya Youtube, Instagram.
- e. *Social Bookmarking*, merupakan media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Misalnya *Delicious.com*, *Digg.com* dan *LintasMe*.
- f. *Wiki*, merupakan situs atau website yang isinya hasil gabungan dari para penggunaanya, mirip dengan kamus atau ensiklopedia. Misalnya wikipedia.¹⁰

D. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna *handphone* pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata, Instan dan gram dari kata telegram.¹¹ Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain.

Instagram dibuat oleh dua orang pendiri, yang pertama adalah Kevin Systrom, yang telah dikenal oleh publik sebagai orang yang berkecimpung

¹⁰ Rulli Nasrullah, *Op.Cit.*, hlm. 39

¹¹ Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram* (Malaysia: Publishing House, 2016), hlm. 8.

di dunia App. Kisah Instagram bukan hanya tentang Kevin Systrom, namun ada pendiri lain yakni Mike Krieger. Menurut Kevin, meskipun kurang terkenal dipublik, Mike adalah ruh dari aplikasinya. Mike besar di Brasil, dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar teknik di Stanford University. Mike seorang insinyur yang lebih konservatif, tetapi memiliki bakat desain dan kreativitas yang kuat. Setelah lulus dari Stanford University, dia bergabung dengan Startup Superhot Meeb, sebuah platform chat berbasis mesin jelajah yang populeritasnya meledak.

Akan tetapi, apa yang benar-benar Mike inginkan adalah berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Pada hari pertamanya, ia menggaet sekitar 25.000 pengguna. Dalam beberapa bulan, tepatnya Mei 2011 angkanya menyentuh 3,75 juta.¹²

E. Manfaat Media Sosial Instagram

1. Kemudahan dalam membuat dan membagikan konten, dengan menggunakan sosial media setiap orang bisa membuat konten online, termasuk foto, teks, audio, dan video, lalu mudah dan cepat dapat menyebarkannya.

¹²George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia Dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses Di Dunia* (Tangerang: Gemilang, 2016), hlm. 91.

2. Kolaborasi online, misalnya kolaborasi dalam menulis konten lebih mudah untuk dilakukan oleh siapa pun, di manapun dan kapanpun.
3. Percakapan dapat dibagikan secara realtime, percakapan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun secara cepat.
4. Masyarakat berkembang dari bawah ke atas
5. Memanfaatkan kebijaksanaan dari banyu korang
6. Transparan, dengan media sosial sebuah perpustakaan dapat terhubung dengan pemustakanya secara pribadi dan dapat diketahui oleh semua orang.
7. Personalisasi, memungkinkan seseorang untuk berlangganan artikel secara tertentu sesuai dengan topik yang dia inginkan
8. Portabilitas, memungkinkan setiap orang untuk mengaksesnya secara 24 jam dimanapun dan kapanpun itu, dengan syarat pengguna terhubung dengan jaringan internet.
9. Mengatasi hambatan jarak dan waktu.¹³

F. Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan. Sedangkan menurut istilah dakwah yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. Dakwah adalah menyuruh

¹³*Ibid.*, hlm. 92

manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk agama, mengajak kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁴ Dalam penyebaran dakwah terdapat beberapa unsur-unsur dakwah yang terdiri dari:

1. Subjek dakwah atau *Da'i* yaitu orang yang menyampaikan dakwah, bisa seorang atau sekelompok orang yang berorganisasi, bisa dikaji dari sudut pandang Islam.
2. Objek dakwah atau *Mad'u* yaitu orang yang menjadi sasaran dakwah. Yang menjadi sasaran dakwah yaitu manusia, baik seorang atau lebih, yaitu masyarakat.
3. *Maddah* (materi dakwah), pesan atau materi yang akan disampaikan pada mad'u.
4. Media dakwah, yaitu alat yang digunakan untuk penyampaian dakwah. Jenis-jenis media dakwah antara lain:
 - a. Media visual, yaitu media yang bisa dilihat saja. Contohnya surat kabar, majalah, poster atau plakat, buku, dan brosur. Dakwah yang dilakukan menggunakan media ini biasanya berbentuk tulisan atau gambar-gambar.
 - b. Media auditif, yaitu media yang hanya bisa didengarkan tidak bisa dilihat. Contohnya radio dan *tape recorder*.

¹⁴ Ali Mahfuz, *Hidayat al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'zi wa al-Khitabah* (Beirut: Dar al-Ma'arif, 1998), hlm.17

- c. Media audio visual, yaitu media yang dapat dilihat dan didengarkan secara bersamaan. Misalnya televisi, film, sinema elektronik.¹⁵
5. Metode dakwah, yaitu jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah. Metode pendekatan dakwah tersebut antara lain:
- a. *Bil hikmah*, yaitu kemampuan menyesuaikan antara perkataan dan perbuatan yang seimbang dan memperlakukan sesuatu secara bijaksana.
 - b. *Mau'izhah Hasanah*, yaitu metode yang dilakukan dengan penanaman moral dan etika seperti kesabaran, keberanian, menepati janji dan menjelaskan dampak dan manfaatnya dalam kehidupan bermasyarakat.
 - c. *Bil Mujadalah*, debat yang terpuji, pendekatan ini dilakukan dengan dialog yang mengenai sikap yang baik, berkata dengan lembut, serta menunjukkan pada kebenaran dengan disertai alasan yang rasional, dengan tujuan menolak argumen yang tidak sesuai yang dipakai oleh lawan dialog.¹⁶

Salah satu ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang metode dakwah tercantum dalam Q.S An-Nahl: 125:

¹⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 405

¹⁶ A. Ilyas Ismail, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia, 2013), hlm. 203

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٧﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.¹⁷

Ayat diatas menjelaskan bagaimana metode dalam berdakwah. Metode dakwah diatas berlaku dalam penyebaran dakwah melalui media social instagram. Dalam penyebaran dakwah di instagram metode dakwah *bil hikmah* berfungsi sebagai kebijaksanaan dalam pemilihan kata sebagai penjelas dakwah yang disebarkan. Melalui postingan dakwah instagram telah disediakan kolom komentar. Jika ada komentar yang menentang atau tidak setuju, maka dapat digunakan metode *mujadalah* untuk memperoleh kesepemahaman.

G. Dakwah Multimedia

Dakwah yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. Sedangkan multimedia adalah suatu sarana atau media melalui penggunaan komputer dalam menggabungkan dan menyajikan suara,

¹⁷M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2012), hlm. 774

teks, animasi, audio dan video dengan alat bantu dan koneksi sehingga pengguna dapat berkarya dan berkomunikasi. Jadi dakwah multimedia adalah mengajak manusia kepada kebaikan menggunakan media yang menyajikan alat bantu untuk berkarya atau berkomunikasi. Dakwah multimedia merupakan hal yang baru bagi seorang pendakwah untuk dapat menyampaikan dakwah di beberapa media yang sesuai dengan kebutuhan ummat dengan memperhatikan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Awalnya dakwah disampaikan cukup dengan suara dari mulut kemulut. Kemudian berkembang dengan media tulisan pada tulang, batu, kayu, kulit sampai pada kertas. Dan pada saat ini, penyampaian dakwah harus menggunakan media elektronik dan digital.

Dakwah di era modern ini diperlukan sebuah metode dakwah yang sesuai dengan era perkembangan informasi yang serba digital. Jika tidak, maka meteri dakwah kurang maksimal untuk sampai kepada sasaran yang diinginkan. Kehidupan saat ini ilmu pengetahuan dan teknologi informasi sudah sangat canggih. Oleh karena itu tidak ada alasan bagi seorang da'i tidak menyampaikan materi dakwahnya melalui media elektronik dan digital. Keuntungan menggunakan Media Elektronik dan Digital antara lain:

- a. Sebagai media dakwah yang cepat (dalam hitungan detik) dan murah

- b. Memudahkan mencari rujukan ayat al-Qur'an atau al-Hadits berdasarkan kata dan topik
- c. Mudah mencari informasi tentang materi dakwah melalui mesin pencari internet
- d. Alat komunikasi yang murah dan cepat
- e. Media informasi dan promosi umum
- f. Fifatnya yang *never turn-off* (tidak pernah dimatikan) dan *unlimited access* (dapat diakses tanpa batas).
- g. Memberi keleluasaan kepada penggunanya untuk mengakses dalam kondisi dan situasi apapun.¹⁸

H. Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial

Penyampaian informasi melalui media sosial dituntut memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup dan sesuai dengan aturan yang tercantum dalam Al-Qur'an. Dalam Al-Qur'an terdapat etika yang harus diperhatikan dalam penggunaan media sosial, antara lain:

1. Menyampaikan informasi dengan benar, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta.
2. Bijaksana, memberi nasihat yang baik, serta argumentasi yang jelas, terstruktur, dan baik pula.

¹⁸Dinavirginitie, dakwah multimedia, <http://dinavirginitie.blogspot.com/2012/11/dakwah-artinya-penyiaran-propaganda.html>(diakses pada Minggu, 18 November 2012)

3. Melihat fakta dari informasi yang diperoleh. Untuk mencapai ketepatan data dan fakta sebagaimana baku informasi yang akan disampaikan, seorang muslim hendaknya mengecek dan meneliti kebenaran fakta dengan informasi awal yang ia peroleh agar tidak terjadi fitnah.
4. Menjaga kehati-hatian dalam bertutur kata dalam bentuk verbal dan nonverbal.
5. Menghindari prasangka terhadap orang lain.

Sebaliknya, dengan menyaring setiap informasi yang diterima dan akan disebarluaskan, media sosial bisa digunakan secara strategis sebagai sarana dakwah ditengah gersangnya kahazanah ilmu dan informasi yang seimbang tentang Islam.¹⁹

I. Kajian Terdahulu

Dari penelusuran peneliti terhadap karya ilmiah, pembahasan dalam penelitian ini memiliki kemiripan dengan karya ilmiah yang telah diteliti oleh:

1. Esli Zuraidah Siregar, mahasiswa IAIN Padangsidempuan, NIM 111100015 dengan judul skripsi, "Pemanfaatan Media *Online* Sebagai Sumber Informasi Pembelajaran Di Kalangan Mahasiswa

¹⁹NurAksin, "Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial", *Jurnal Informatika*, Vol. 2, No. 2, Desember 2016, hlm. 122

(Studi Kasus Pada Mahasiswa KPI FDIK IAIN Padangsidempuan)”²⁰.

Dalam penelitian tersebut peneliti membahas suatu masalah yang berkaitan dengan 1) bagaimana pemanfaatan media online sebagai sumber informasi pembelajaran, 2) situs pembelajaran apa saja yang diakses oleh mahasiswa, 3) apa saja hambatan yang dihadapi mahasiswa dalam memanfaatkan media *online* sebagai sumber informasi pembelajaran. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif lapangan. Teknik pengumpulan datanya yaitu wawancara dan observasi. Kesimpulan dari skripsi tersebut yaitu 1) media *online* telah dimanfaatkan mahasiswa sebagai sumber informasi, 2) hambatan dari pemanfaatan media sosial tersebut adalah fasilitas *online* yang terbatas, 3) situs pembelajaran yang sering diakses oleh mahasiswa adalah *Web*, yaitu *digital library*, *e-book*, dan *email*. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu membahas mengenai media online. Media sosial merupakan salah satu bagian dari media online. Namun perbedaannya yaitu, skripsi yang dibuat oleh Esli Zuraidah memfokuskan media online sebagai sumber informasi bagi mahasiswa, sedangkan peneliti memanfaatkan media sosial sebagai sarana media dakwah.

²⁰ Esli Zuraidah, "Pemanfaatan Media Online Sebagai Sumber Informasi Pembelajaran Di Kalangan Mahasiswa", (Skripsi, FDIK IAIN Padangsidempuan, 2015)

2. Maryam, mahasiswa IAIN Padangsidempuan, NIM 1430100027 dengan judul skripsi, "Hubungan Antara Intensitas Pengguna *Smartphone* Dengan Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan".²¹
- Dalam penelitian tersebut peneliti membahas suatu masalah yang berkaitan dengan 1) bagaimana intensitas pengguna *smartphone* dengan pembentukan konsep diri mahasiswa jurusan KPI, 2) bagaimana konsep diri mahasiswa pengguna *smartphone*, 3) apakah ada hubungan signifikan antara intensitas pengguna *smartphone* dengan pembentukan konsep diri mahasiswa. Pendekatan yang digunakan pada penelitian tersebut adalah pendekatan kuantitatif. Instrumen pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran angket. Kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu, 1) menunjukkan bahwa penggunaan *smartphone* pada mahasiswa masuk kategori cukup tinggi, 2) konsep diri mahasiswa berada pada persentase yang baik, 3) tidak ada hubungan yang signifikan antara intensitas pengguna *smartphone* dengan pembentukan konsep diri mahasiswa. Adapun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu penggunaan *smartphone*. Saat ini media sosial cenderung diakses melalui *smartphone*, karena lebih mudah

²¹ Maryam, "Hubungan Antara Intensitas Pengguna Smartphone Dengan Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan"(Skripsi, FDIK IAIN Padangsidempuan 2018)

dan lebih cepat. Namun perbedaannya yaitu, skripsi yang dibuat oleh Maryam memfokuskan pada konsep diri yang ditimbulkan dari penggunaan *smartphone* tersebut, sedangkan peneliti fokus pada penggunaan media sosial sebagai sarana media dakwah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan yang terletak di Jl. T. Rizal Nurdin KM 4,5 Desa Sihitang Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatera Utara. Alasan pemilihan lokasi penelitian secara teoritis yaitu karena Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah salah satu Fakultas yang terdapat di IAIN Padangsidimpuan dan merupakan satu-satunya Fakultas yang bergelut dibidang dakwah dan komunikasi. Sedangkan alasan secara praktis yaitu lebih mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian dan mengurangi jumlah biaya yang harus dilakukan selama penelitian.¹

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di FDIK yang direncanakan terhitung dari bulan Juni 2018 sampai dengan Oktober 2019, sebagaimana terlampir.

B. Jenis Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari datanya, jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan pendekatan kualitatif yaitu suatu penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang

¹Observasi di Lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

apa yang dialami oleh subjek/informan penelitian, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks khusus yang alamiah.² Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian dekskriptif. Menurut Moh. Natsir, penelitian dekskriptif adalah penelitian dalam status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem, pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.³ Menggambarkan secara rinci atau memaparkan secara alami seperti apa pemanfaatan pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa FDIK IAIN Padangsidempuan.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dibutuhkan untuk memberikan informasi tentang situasi, kondisi, dan latar belakang penelitian.⁴ Yang menjadi informan penelitian ini adalah mahasiswa FDIK IAIN Padangsidempuan secara keseluruhan yang mengakses media sosial *instagram* sebagai sarana media dakwah. Teknik yang digunakan untuk menentukan informan penelitian ini adalah *Snow Ball Technique*. *Snow Ball Technique* adalah cara penentuan informan yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.⁵ Melihat informan yang akan diteliti cukup banyak, maka penentuan informan diambil secara acak hingga mencapai titik jenuh. Hasil observasi

² Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998), hlm. 3

³ Moh. Natsir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 63

⁴ Lexy, J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1984), hlm. 3.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 78

awal peneliti melihat mahasiswa FDIK NIM 2015 dan 2016 yang menggunakan instagram kurang lebih sebanyak 85 orang. Sehingga peneliti memperoleh informan sebanyak 20 mahasiswa.⁶

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁷ Sumber data dalam penelitian kualitatif sangat penting bukan hanya sekedar memberi respon melainkan juga observasi penelitian berdasarkan informasi yang diberikan.

Adapun sumber data yang terdapat dalam penelitian ini ada dua:

1. Data primer yaitu data penelitian langsung dari mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi NIM 2015 dan 2016, yang terdiri dari mahasiswa prodi KPI, MD, PMI, dan BKI.
2. Data sekunder adalah data tambahan atau pelengkap untuk menguatkan data primer. Data sekunder ini diambil dari Dosen Komunikasi, Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni FDIK IAIN Padangsidempuan, dan dokumentasi akun instagram. Data ini berguna sebagai penegasan sekaligus data penopang hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa FDIK IAIN Padangsidempuan.

⁶Hasil Observasi Mahasiswa FDIK

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 171

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antar dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.⁸ Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan oleh penulis adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara dimana penulis mempersiapkan pertanyaan dalam pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis sesuai dengan masalah yang ingin diketahui.⁹ Pedoman wawancara yang digunakan hanya pokok penting dari pembahasan.

Pedoman wawancara yang dilaksanakan dengan menulis pokok penting dari permasalahan yang akan diteliti, kemudian pertanyaan tersebut dapat dikembangkan oleh penulis sewaktu melaksanakan wawancara sampai data yang terkumpul dapat menjawab permasalahan dalam penelitian ini, pertanyaan yang dikembangkan melalui pertanyaan pokok tersebut dijadikan sebagai data penopang hasil penelitian. Adapun pedoman wawancara sebagaimana terlampir.

⁸Dedi Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998), hlm.180

⁹Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: UGM, 1995), hlm.116

2. Observasi

Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.¹⁰

Observasi merupakan suatu cara yang dilakukan peneliti dengan turun langsung kelapangan melihat permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini yang dipakai adalah observasi nonpartisipan yaitu penulis turut ambil bagian dalam kegiatan yang diteliti. Penulis ikut merasakan dan mengalami apa yang dirasakan oleh informan penelitian karena pada dasarnya penulis adalah salah satu dari bagian kelompok akan diteliti. Adapun pedoman observasi sebagaimana terlampir.

3. Dukumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yaitu barang-barang tertulis. dalam melaksanakan dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, catatan harian dan sebagainya.¹¹

Adapun dokumentasi dari penelitian sebagaimana terlampir.

F. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan kesimpulan yang

¹⁰ Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 70

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 158

disarankan oleh data.¹² Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif artinya semua data yang didapat akan dideskripsikan secara rinci dan kemudian diikuti dengan pembahasan teoritis untuk melihat relevansinya. Dibawah ini terdapat tahapan analisis data yang dilakukan oleh penulis, yakni:

1. Reduksi data, yaitu proses pemilihan data, pemusatan perhatian penyederhanaan serta transformasi data kasar yang diperoleh berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi dari proses yang terjadi dilapangan. Data yang dihasilkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang didapatkan oleh penulis pada saat melakukan penelitian kemudian dipilih kembali, atau dipusatkan pada pembahasan dan kemudian disederhanakan.
2. Penyajian data, yaitu ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga kemungkinan adanya penarikan kesimpulan.
3. Upaya penarikan kesimpulan, setelah data tersebut selesai disajikan maka tahapan terakhir yang dilakukan penulis adalah menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah disajikan.¹³

¹²Lexy, J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 103

¹³BurhanBungin, *Analisis Data Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologik Arah Penguasaan Model Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 41

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti menguji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan keabsahan data sebagai perbandingan.¹⁴ Ada empat macam triangulasi dalam pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini dengan sumber, yaitu membandingkan dan mengecek data atau menguji kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dengan cara:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan wawancara
2. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.
3. Membandingkan hasil penelitian dengan fakta lapangan.¹⁵

¹⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial: Format-format Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Surabaya: AUP, 2001), hlm. 229

¹⁵ Lexy, J. Moeleong, *Op.Cit.*, hlm. 178

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Temuan Umum

1. Gambaran Umum FDIK IAIN Padangsidimpuan

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan berdasarkan keputusan Menteri Agama RI No 93 Tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat fakultas dan satu program pascasarjana yaitu: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), dan Program Pascasarjana (S2).

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) adalah satu dari empat fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Fakultas ini berasal dari Jurusan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidimpuan yang dibuka pada tahun 1997 berdasarkan Keputusan Presiden No. 11 tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama No. 300 tahun 1997 serta No. 333 tahun 1997, tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Pada awalnya Jurusan ini hanya membina satu Program Studi yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam berdasarkan SK Direktur Jendral

Perguruan Tinggi dengan Nomor: Dj.II/107/TAHUN 2002. Seiring dengan peralihan status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, maka Jurusan Dakwah juga turut beralih status menjadi fakultas dengan membina empat program studi yaitu; Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan dan Konseling Islam (BKI), Manajemen Dakwah (MD) dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI). Dua prodi terakhir merupakan dua prodi baru dan mulai menerima mahasiswa pada TA. 2014/2015. Demikianlah perjalanan FDIK IAIN Padangsidempuan telah berusaha mengembangkan diri dan tetap konsekwen untuk peningkatan mutu akademik, kelembagaan dan alumni di masa yang akan datang. Semoga FDIK sebagai bahagian dari IAIN dapat memberi kontribusi dalam menuju alih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Padangsidempuan.¹ Menurut data perkembangan IAIN Padangsidempuan jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Tahun Akademik 2018/2019 sebagai berikut:

¹Profile Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tahun 2017

Tabel 1.1
Deskripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

No	Jurusan	Semester	
		VI	VIII
1	KPI	17	8
2	BKI	53	83
3	MD	10	6
4	PMI	6	13
Jumlah		196 Mahasiswa	

Sumber: Data Akademik Mahasiswa FDIK 2018/2019

2. Jumlah Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menurut data laporan perkembangan IAIN Padangsidempuan tahun Ajaran 2018/2019 di lokasi penelitian, tepatnya di FDIK IAIN Padangsidempuan jumlah mahasiswa sebanyak, hal ini didukung dengan tenaga kependidikan, dosen dari lulusan S2, lulusan S3. Berikut tertera nama Dosen khusus Prodi KPI:

Tabel 1.2
Daftar Nama Dosen Prodi KPI IAIN Padangsidempuan Tahun
2019/2020

No	Nama Dosen Tetap	NI DN	Tgl. Lahir	Jabatan Akademik	Gelar Akademik	Pendidikan S1, S2, S3 dan Asal PT	Bidang Keahlian untuk Setiap Jenjang Pendidikan
1.	Drs. Kamaluddin, M.Ag.	2002116501	02-11-1965	Lektor Kepala	Drs. M.A.g	- S1 Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara - S2 IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta	S1 Bahasa Arab - S2 Dakwah dan Komunikasi

2.	Dr. Juni Wati Sri Rizki, S.Sos., MA.	2015067801	15-06-1978	Lektor	Dr. S.Sos/M A	S1 USU S2 UIN Jakarta S3 UNPAD	- S1 Ilmu Komunikasi - S2 Dakwah dan Komunikasi - S3 Ilmu Komunikasi
3.	Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag, MA	2011066804	11-06-1968	Lektor	MA	S1 IAIN Sumatera Utara S2 IAIN Sumatera Utara S3 UIN Sumatera Utara	- S1 Penerangan dan Penyiaran Agama Islam - S2 Komunikasi Islam - S3 Komunikasi Islam
4.	Ali Amran, S.Ag., M.Si.	2013017601	13-01-1976	Lektor	S.Ag /M.S i	S1. STAIN Padangsidimpuan S2 UI Jakarta	- S1 Pendidikan Agama Islam - S2 Sosiologi

5.	Lis Yulianti Syafri Siregar, S.Psi, M.A	202 412 800 1	24-12- 1980	Lektor	S. Psi/ MA	S1 Universitas medan Area S2 Universitas Gadja Mada	- S1 Psikologi - S2 Psikologi
6.	Barkah Hadamean Harahap. S.Sos, M.I.Kom	200 508 790 1	05-08- 1979	Asisten Ahli	S.So s/ M.I. Kom	S1 UISU Medan S2 UMSU Medan	- S1 Ilmu Jurnalisti k - S2 Ilmu Komunika si
7.	Nur Fitriani M Siregar, S.Sos, M.Kom.I	-	20170 49101	Asisten Ahli	S.So s.I/ M.K om.I	S1 IAIN Sumatera Utara S2 UIN Sumatera Utara	- S1 Pengemba ngan Masyarak at Islam - S2 Komunika si Islam

Sumber: Borang Akreditasi KPI

3. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

a. Visi

Unggul dalam pengembangan ilmu dakwah dan ilmu komunikasi berbasis ICT dan kearifan lokal di Indonesia pada tahun 2024 untuk menghasilkan lulusan yang berwawasan keilmuan, keIslaman dan keIndonesiaan.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran ilmu dakwah dan ilmu komunikasi yang unggul dan integratif interkoneksi berbasis ICT dan kearifan lokal.
- 2) Mengembangkan penelitian di bidang ilmu dakwah dan ilmu komunikasi berbasis nilai-nilai historis dan budaya lokal.
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang dakwah Islam
- 4) Mengembangkan kerja sama dengan berbagai pihak terkait dalam rangka optimalisasi pengamalan Tri Darma Perguruan Tinggi.
- 5) Melakukan pembinaan akhlak, kreatifitas, dan life skill mahasiswa agar menjadi teladan serta berprestasi dalam kehidupan
- 6) Menjamin mutu lulusan dan tata kelola yang baik.

B. Temuan Khusus

1. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Dikalangan Mahasiswa FDIK IAIN Padangsidempuan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilokasi FDIK IAIN Padangsidempuan, hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara oleh peneliti sebagai berikut.

a. Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah

Berdasarkan hasil wawancara yang dibuat oleh peneliti pada mahasiswa FDIK IAIN Padangsidempuan, mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah, menghasilkan jawaban yang bervariasi. Mahasiswa memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah baik menjadi subjek dakwah maupun objek dakwah. Namun sebagian mahasiswa tidak menggunakannya sebagai media dakwah, hanya sebagai media hiburan saat mahasiswa merasa penat dengan aktivitas sehari-hari.

1) Mahasiswa Sebagai Subjek Dakwah

Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah dalam hal ini mahasiswa sebagai objek dakwah, yaitu mahasiswa memanfaatkan media sosial instagram untuk menyebarkan atau membuat kajian dakwah sendiri. Hasil wawancara peneliti dengan Hilda Huzairah, Jurusan PMI menjelaskan bahwa:

"Saya memanfaatkan media sosial instagram diwaktu luang, seperti melihat gambar, video. Kadang saya melihat kajian dakwah dan membuat tulisan atau kata-kata dakwah buat sendiri. Intinya seimbang antara menyebarkan kajian dakwah buatan sendiri dengan melihat kajian dakwah orang lain. tapi saat ini saya sudah tidak menggunakan media sosial instagram lagi".²

Hasil wawancara peneliti dengan Wita Marlina, Jurusan PMI, menjelaskan bahwa:

"Saya memanfaatkan media sosial instagram untuk menyebarkan dakwah. Biasanya saya menyebarkannya dengan membuat tulisan-tulisan dakwah ataupun motivasi mengajak orang lain pada kebaikan. Kadang saya melihat-lihat kajian dakwah milik orang lain di instagram".³

Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Barkah Hadamean, dosen Jumalistik FDIK menjelaskan bahwa:

"Sejauh ini saya melihat mahasiswa banyak yang memanfaatkan instagram untuk sarana dakwah dengan hasil karya mereka sendiri. Misalnya ada mahasiswa membuat suatu vidio dakwah yang diciptakan sendiri kemudian mempublikasikan di media sosial, baik itu di instagram maupun diyoutube".⁴

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Nur Fitriani M Siregar, dosen Public Relation FDIK, menjelaskan bahwa:

"Sebagian Mahasiswa ibu lihat banyak yang mengunggah suatu gambar kemudian membuat tulisan sebagai pesan dakwah. Misalnya salah satu mahasiswa bernama Delvi, dia lebih banyak memanfaatkan media sosial instagramnya dengan

²Hilda Huzaifah Hasibuan, MahasiswaPMI Nim 2015, *wawancara*, tanggal 9 Agustus 2019, di FDIK

³Wita Marlina, MahasiswaPMI Nim 2016, *wawancara*, tanggal 4 September 2019, di FDIK

⁴Barkah Hadamean Harahap, Dosen Jurnalistik FDIK, *wawancara*, tanggal 2 September 2019, di FDIK

mengunggah foto sendiri kemudian mencantumkan tulisan berupa pesan dakwah".⁵

Hasil observasi penelitian ini, peneliti melihat mahasiswa yang menggunakan media sosial instagram biasanya membuat atau menyebarkan kajian dakwah sesuai dengan perasaan hati mahasiswa. Saat mahasiswa merasakan kesedihan, sebagian mahasiswamengungkapkan kesedihannya melalui gambar, kemudian mencantumkan kata-kata motivasi. Selain itu mahasiswa yang hobi menulis, menyalurkan dakwah melalui hobi itu sendiri. Sehingga memiliki manfaat bagi mahasiswa sendiri maupun orang yang melihat kajian dakwah. Penyebaran dakwah dalam penelitian ini bisa dalam bentuk kata-kata motivasi maupun kajian-kajian Al-Qur'an. Karena pada dasarnya dakwah merupakan mengajak atau menyeru orang kepada jalan Allah ataupun kepada kebaikan.⁶

2) Mahasiswa Sebagai Objek Dakwah

Memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah dalam hal ini mahasiswa sebagai subjek dakwah, yaitu mahasiswa hanya melihat dan membagikan dakwah yang dibuat oleh orang lain. Hasil wawancarapeneliti dengan Fitrah Rizkyani mahasiswa BKI menjelaskan bahwa:

⁵Nur Fitriani M. Siregar, Dosen Public Relation, wawancara, 3 September 2019, di FDIK

⁶ Hasil Observasi Peneliti di FDIK

"Saya lebih sering menonton dakwah ustadz, namun disituasi tertentu kadang saya menyebarkan informasi tentang motivasi misalnya saat mendekati lebaran haji ada ajakan untuk berpuasa di instagram, kemudian saya menyebarkannya. Tetapi saya lebih sering menonton kajian dakwah di instagram kemudiannya menyebarkannya, daripada menyampaikan dakwah yang saya buat sendiri".⁷

Hasil wawancarapeneliti dengan Nurasma, Jurusan KPI, menjelaskan bahwa: Saya memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah. Misalnya ketika ada kajian yang cocok buat saya maupun informasi yang menarik yang berkaitan dengan dakwah saya akan menyebarkannya di akun instagram saya.⁸

Hasil wawancarapeneliti dengan Amir Hasan, Jurusan PMI, bahwa:

"Kalau penyebaran dakwah melalui instagram sangat jarang. Biasanya saya lebih sering menikmati kajian dakwah yang sudah tersedia di Instagram dan jarang membuat kajian dakwah sendiri. Saya lebih sering melihat kajian-kajian dakwah di sosial media yang lain seperti youtube dan facebook. Karena kajiannya lebih panjang, selain itu lebih sedikit kuota yang harus dikeluarkan".⁹

Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Barkah Hadamean, dosen Jurnalistik, bahwa: "Kebanyakan mahasiswa lebih cenderung membagikan kajian dakwah berbentuk video

⁷ Fitrah Rizkyani, Mahasiswa BKI Nim 2015, *wawancara*, 9 Agustus 2019, di FDIK

⁸ Nurasma, Mahasiswa KPI Nim 2016, *wawancara* via telephone, 21 Agustus 2019

⁹ Amir Hasan, Mahasiswa PMI Nim 2015, *wawancara*, 3 September 2019, di FDIK

yang diciptakan oleh orang lain kemudian menyebarkan di akun sosial media intagramnya masing-masing".¹⁰

Dari hasil observasi, peneliti melihat bahwa mahasiswa lebih banyak berperan menjadi subjek dakwah, yaitu mahasiswa lebih sering melihat kajian dakwah hasil karya orang lain kemudian membagikan di akun instgram. Saat ini sangat banyak mahasiswa melihat dan menikmati kajian-kajian dakwah yang terdapat di media sosial instgram. Kajian dakwah yang biasa dilihat oleh mahasiswa yaitu kajian ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, ataupun ustadz Hanan Attaki. Mahasiswa sering menyebarkan video pendek yang memotivasi dan mewakili perasaan mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari akun instgram mahasiswa itu sendiri. Mahasiswa yang fokus menyebarkan dakwah melalui kajian hasil karya orang lain, beranggapan bahwa masih kurang pemahamannya, sehingga takut untuk membuat kajian dakwah sendiri dan lebih menikmati karya orang lain agar lebih paham tentang Islam.¹¹

¹⁰Barkah Hadamean Harahap, Dosen Jurnalistik FDIK, *wawancara*, 2 September 2019, di FDIK

¹¹Hasil Observasi Peneliti di FDIK

3) Mahasiswa Memanfaatkan Media Sosial Instagram Sebagai Media Hiburan dan Profesi Lainnya

Sebagian mahasiswa lebih sering menggunakan media sosial instagram sebagai media hiburan ataupun media untuk memperkenalkan diri kepada khalayak. Hasil wawancara peneliti dengan Tiya Widyastuti, mahasiswa KPI, bahwa:

"Dalam memanfaatkan media sosial instagram secara pribadi saya menggunakannya untuk memperkenalkan diri saya, keluarga saya, dan kerabat saya, serta yang berkaitan dengan kehidupan pribadi saya. Saya jarang menggunakan media sosial instagram untuk menyebarkan dakwah".¹²

Hasil wawancara peneliti dengan Faisal Akbar, mahasiswa BKI Nim 2015, bahwa: "Jika dipersenatsikan dalam kehidupan sehari-hari saya lebih sering memanfaatkan media sosial instagram sebagai media hiburan, karena saya melihat diakun instagram saya lebih banyak berisi konten hiburan".¹³

Selain itu ada mahasiswa yang menjelaskan tentang lebih cenderung memanfaatkan media sosial instagram sebagai media hiburan. Hasil wawancara dengan Sofyan Noor, mahasiswa KPI, bahwa: "Saya memanfaatkan media sosial instagram lebih untuk

¹²Tiya Widyastuti, Mahasiswa KPI Nim 2016, wawancara via phone, 20 Agustus 2019

¹³Faisal Akbar Manurung, Mahawiswa BKI Nim 2015, Wawancara, 9 Agustus 2019, di FDIK

hiburan, misalnya ngepost gambar tentang lomba dan kegiatan lainnya. Kalau berisi tentang dakwahnya hanya sekitar 25%".¹⁴

Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Barkah Hadamean, dosen Jurnalistik FDIK, bahwa:

"Saya memanfaatkan instagram hanya sebagai media promosi, dan lebih untuk profesional promosi. Kalau yang saya lihat selain media dakwah ada juga mahasiswa yang menggunakan instagram hanya sebagai media hiburan disaat mereka merasa penat dengan aktivitasnya seharian. Konten-konten dakwah yang ada di instagram juga berfungsi sebagai hiburan dan penambah pemahaman mahasiswa".¹⁵

Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Nur Fitriani M Siregar, bahwa:

"Sebagian mahasiswa menggunakan instagram untuk menyimpan kenangan, kalau secara psikologinya untuk menunjukkan siapa dirinya. Jadi lewat foto yang diunggah memberikan hiburan tersendiri bagi dirinya, misalnya ada yang komen dan menyukai fotonya".¹⁶

Hasil observasi menerangkan bahwa selain sebagai media dakwah masih ada mahasiswa ataupun dosen yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai kebutuhan pribadi seperti sebagai media hiburan maupun sebagai media pekerjaan. Sebagian mahasiswa tidak memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah, melainkan sebagai media hiburan atau media

¹⁴Sofyan Noor, Mahasiswa KPI Nim 2016, *wawancara*, 9 Agustus 2019, di FDIK

¹⁵Barkah Hadamean Harahap, Dosen Jurnalistik FDIK, *wawancara*, 2 September 2019, di FDIK

¹⁶Nur Fitriani M. Siregar, Dosen Public Relation FDIK, *wawancara*, 3 September 2019, di FDIK

bisnis. Misalnya saat seorang mahasiswa merasa penat dengan aktivitas sehari-hari, biasanya mahasiswa menggunakan instagram untuk melihat-lihat berita terbaru atau video-video lucu sebagai hiburan. Selain itu ada mahasiswa yang memanfaatkan instagram sebagai media bisnis seperti mengunggah gambar yang akan dijual.

b. Bentuk dakwah yang disebarkan oleh mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada informan dapat diketahui bahwa, bentuk dakwah yang disebarkan mahasiswa bervariasi. Adapun bentuk dakwah yang disebarkan dalam media dakwah yaitu:

1) Dakwah Yang Disebarkan Berbentuk Gambar dan Tulisan

Dalam penyebaran dakwah yang berbentuk gambar dan tulisan. Jenis gambar yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu foto mahasiswa sendiri, foto saat melakukan perjalanan, gambar mengenai alam, gambar kartun muslim, maupun gambar al-Qur'an yang diedit lebih kreatif. Sedangkan bentuk tulisan seperti kata-kata motivasi yang dicantumkan dalam gambar sebagai penjelasan makna dari gambar. Dalam penyebaran dakwah mahasiswa tidak dibatasi untuk mengunggah gambar apa saja yang sesuai dengan syari'at Islam.

Hasil wawancara peneliti dengan Ade Sri Wulan, mahasiswa KPI, bahwa: "Kadang saya mengupload foto dan memberikan penjelasannya melalui tulisan. Misalnya saya mengunggah gambar Al-qur'an kemudian saya tambahkan tulisan mengenai penerangan suatu ayat yang terdapat dalam Al-qur'an".¹⁷

Adapun hasil wawancarapeneliti dengan Wina Andriani mahasiswa KPI, bahwa:

"Saya menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwah dalam bentuk gambar dan memberikan penjelasan dari gambar tersebut. Pesan dakwahnya saya fokuskan pada tulisan yang menjelaskan gambar tersebut untuk mengajak teman-teman berbuat kebaikan".¹⁸

Hasil wawancara peneliti mahasiswa dengan Efra Pohan mahasiswa KPI bahwa: "Saya lebih sering menyebarkan dakwah melalui tulisan. Saya membuat beberapa tulisan, atau membuat tulisan dengan gambar yang berisi tentang mengajak kepada kebaikan".¹⁹

Hasil wawancarapeneliti dengan ibu Nur Fitriani M Siregar, bahwa: "Kebanyakan mahasiswa cenderung mengunggah fotonya dan mengungkapkan apa yang ada di dalam hatinya. Kadang

¹⁷Ade Sri Wulan Pane, Mahasiswa KPI Nim 2015, *wawancara*, 9 Agustus 2019, di FDIK

¹⁸Wina Andriani Harahap, Mahasiswa KPI Nim 2016, *wawancara*, 8 Agustus 2019, di FDIK

¹⁹Efra Pohan, Mahasiswa KPI Nim 2015, *wawancara*, 9 Agustus 2019, di FDIK

mereka membagikan gambar karya orang lain yang berisi kajian dakwah ataupun motivasi".²⁰

Dari hasil observasi, peneliti melihat bahwa mahasiswa yang menggunakan instagram sering menyebarkan pesan dakwah melalui gambar. Misalnya seorang mahasiswa sedang melakukan rihlah ke suatu daerah, biasanya mahasiswa mengabadikan perjalanan melalui foto. Kemudian foto tersebut diunggah di akun instagram dengan mencantumkan tulisan dakwah ataupun motivasi didalam gambar maupun dibawah gambar. Tidak jarang mahasiswa menjelaskan pesan dakwah melalui foto mahasiswa sendiri dengan mencantumkan ayat Al-Qur'an dan maknanya.

2) Dakwah yang disebarkan berbentuk video

Dakwah yang disebarkan dalam video boleh hasil cipta orang lain maupun ciptaan kita sendiri. Karena dakwah yang berbentuk video lebih menarik dan mudah dipahami.

Hasil wawancara peneliti dengan Faisal Akbar, mahasiswa BKI bahwa:"Saya memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah yang berbentuk video dengan teks. Video itu saya ambil dari akun lain dan menyebarkannya di akun kita sendiri".²¹

²⁰Nur Fitriani M. Siregar, Dosen Public Relation FDIK, *wawancara*, 3 September 2019, di FDIK

²¹Faisal Akbar Manurung, Mahasiswa BKI Nim 2015, *wawancara*, 9 Agustus 2019, di FDIK

Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Barkah Hadamean Harahap dosen Jurnalistik FDIK bahwa:

"Saya melihat mahasiswa lebih dominan membuat video dakwah sendiri kemudian mencantumkan kata-kata motivasi sebagai pelengkap dan memperjelas kajian dakwah tersebut. Selain itu media sosial instagram juga bisa digunakan sebagai media kreatif bagi mahasiswa saat ini".²²

Dari hasil observasi peneliti melihat bahwa bentuk dakwah yang disebar oleh mahasiswa di media sosial instagram seimbang antara berbentuk tulisan dan gambar maupun video yang diciptakan oleh mahasiswa. Banyak mahasiswa yang membuat kajian dakwah berbentuk video pendek. Ada pula mahasiswa yang membuat cuplikan film pendek di akun instagram yang mengandung pesan dakwah. Selain itu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terdapat mata kuliah yang mengajarkan bagaimana membuat sebuah konten kreatif yang menarik. Sehingga mahasiswa dapat mengaplikasikan dengan membuat konten dakwah yang kreatif dan menarik untuk dilihat, namun tidak mengurangi pesan dakwah yang ditampilkan.

²²Barkah Hadamean Harahap, Dosen Jurnalistik FDIK, wawancara, 2 September 2019, di FDIK

c. Faktor penghambat pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui faktor penghambat memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa antara lain:

1) Kebutuhan Kuota yang Besar

Kuota adalah biaya data yang diperlukan atau digunakan saat mengakses internet. Kuota merupakan hal yang paling penting saat akan menggunakan internet. Besar kecil penggunaan kuota sesuai dengan media sosial instagram yang digunakan. Dalam hal pemanfaatan instagram sangat dibutuhkan kuota yang cukup besar. Sehingga menjadi salah satu faktor penghambat dalam penggunaan instagram.

Hasil wawancara penelitidengan Abdul Jawad, mahasiswa BKI bahwa:

"Dalam memanfaatkan media sosial faktor penghambatnya yaitu signal dan kuota. Selain itu instagram juga banyak menghabiskan kuota dalam pengaksesannya. Jadi solusinya yaitu jika tidak ada signal maka kita berusaha berpindah ketempat yang ada signal dan mnyediakan kuota yang banyak".²³

Hasil wawancara penelitidengan Ayman Rafarna, mahasiswa KPI, bahwa:

²³Abdul Jawad, Mahasiswa BKI Nim 2016, *wawancara* via Phone, 20 Agustus 2019

"Saat menggunakan media sosial Instagram yang menjadi penghambat yang saya alami yang pertama yaitu kuota. Karena penggunaan kuota instagram cukup besar, sehingga saya membatasi penggunaannya. Saya cukup terhidur dengan melihat konten-konten yang ada di instagram".²⁴

Hasil wawancarapeneliti dengan Ibu Nur Fitriani M Siregar, bahwa:

"Faktor penghambat yang sering dialami mahasiswa yang paling utama yaitu keterbatasan kuota. Karena penggunaan media sosial instagram banyak menghabiskan kuota dibanding dengan media sosial lainnya. Sehingga kebanyakan mahasiswa lebih senang menggunakan media sosial lainnya".²⁵

Dari hasil observasi lapangan, peneliti melihat bahwa, faktor penghambat penggunaan instagram yang dominan yaitu keterbatasan kuota. Karena saat menggunakan media sosial instagram, kouta yang dikeluarkan cukup besar, hampir sama dengan biaya kuota saat mengakses youtube. Sementara kapasitas kouta mahasiswa perbulan sebesar 15GB dengan harga yang cukup mahal. Sehingga bagi mahasiswa malas untuk menggunakan media sosial instagram. Selain itu saat mengakses media sosial instagram dibutuhkan signal yang cukup kuat, sehingga lebih mudah melihat informasi yang dibutuhkan.

²⁴Ayman Rafarna, Mahasiswa KPI 2016, *wawancara*, 4 September 2019, di FDIK

²⁵Nur Fitriani M. Siregar, Dosen Public Relation FDIK, *wawancara*, 3 September 2019, di

2) Motivasi yang Kurang Bagi Mahasiswa

Motivasi merupakan dorongan untuk melakukan suatu hal baik dari dalam diri maupun dari oranglain. Dalam memanfaatkan media sosial instagram dibutuhkan motivasi bagi mahasiswa agar menafaatkan instagram sebagai media dakwah. Hasil wawancara peneliti dengan Bapak Barkah Hadamean Harahap, Dosen Jurnalistik, bahwa:

"Ada hambatan dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah, yaitu SDM. Terutama untuk konten kreatifnya atau cara pembuatan konten dakwahnya. Seperti kita lihat tidak ada mata kuliah khusus untuk bidang itu. Selain itu sarana prasarananya yang kurang medukung. Selain itu motivasi bagi diri sendiri untuk membuat konten dakwah kreatif masih kurang dikalangan mahasiswa".²⁶

Hasil wawancarapeneliti dengan Ibu Nur Fitriani M Siregar, bahwa:

"Seperti yang kita lihat kebanyakan mahasiswa masih memiliki sifat labil, maksudnya masih kurang pendirian. Misalnya ada waktu-waktu tertentu seorang mahasiswa rajin mengunggah kajian-kajian dakwah di instagram, namun tidak bertahan lama. Sebagian mahasiswa lebih senang menunjukkan siapa dirinya di akun instagramnya, sehingga masih kurang motivasi dirinya agar konsisten dalam memanfaatkan media sosial instagramnya sebagai media dakwah".²⁷

Dari hasil observasi mengenai faktor penghambat pemanfaatan media sosial instagram yang paling dominan yaitu

²⁶Barkah Hadamean Harahap, Dosen Jurnalistik FDIK, *wawancara*, 2 September 2019, di FDIK

²⁷Nur Fitriani M. Siregar, Dosen Public Relation FDIK, *wawancara*, 3 September 2019, di FDIK

signal dan kuota. Dengan alasan bahwa penggunaan kuota di instagram cukup besar dan membutuhkan jaringan yang cukup kencang. Kebanyakan mahasiswa jarang menggunakan atau bahkan tidak menggunakan intagram karena penggunaan kuota yang cukup besar. Selain itu mahasiswa juga kurang motivasi dari dalm diri mahasiswa untuk memanfaatkan membuat konten dakwah di instagram. Disisi lain, sarana prasarana yang kurang mendukung merupakan salah satu penghambat dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa.²⁸

2. Analisis Penelitian

Pada zaman sekarang banyak jenis media sosial yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Dari berbagai macam jenis media sosial tersebut salah satu media sosial yang menjadi favorit pengguna akan selalu diakses mahasiswa. Sebagaimana dijelaskan dalam teori *uses and gratification*, yaitu pengguna media memiliki kekuasaan penuh dalam menggunakan media. Pengguna media akan mengakses media yang memberi banyak hiburan dan memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna.

Seiring berkembangnya jenis media sosial, memberi kemudahan bagi mahasiswa untuk mengakses informasi terbaru. Begitu juga dalam penyebaran dakwah. Dakwah pada saat ini berbeda dengan dakwah pada

²⁸Hasil Observasi Peneliti di FDK

zaman dulu. Di era multimedia ini pengaksesan dan penyebaran dakwah sangat mudah. Seorang da'i dapat memanfaatkan multimedia dalam penyebaran dakwah. Keuntungan penggunaan multimedia yaitu cepat dan murah, mudah mencari rujukan ayat al-Qur'an atau al-Hadits berdasarkan kata dan topik, dan merupakan media informasi dan promosi umum.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, peneliti menganalisa bahwa mahasiswa banyak yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah. Namun, penggunaannya bermacam-macam. Sebagian mahasiswa menggunakan media sosial instagramnya sebagai media dakwah, dan menggunakan media sosial sebagai hiburan. Penggunaan media sosial instagram tersebut diakses sesuai kebutuhannya. Jika mahasiswa merasa kurang nyaman, maka media sosial tidak memiliki kuasa untuk menahan pengguna untuk tetap menggunakan media sosial tersebut.

Dalam pemanfaatan media sosial instagram terdapat mahasiswa yang berperan sebagai subjek dakwah, yaitu mahasiswa menciptakan konten dakwah sendiri dan menyebarkan di akun instagram. Selain itu mahasiswa juga berperan sebagai objek dakwah yaitu hanya melihat dan menikmati kajian dakwah yang dibuat oleh orang lain dan menyebarkan dakwah melalui akun instagram pribadi. Kajian dakwah diambil dari akun instagram seorang ustadz yang menyebarkan dakwah melalui akun instagram. Kebanyakan mahasiswa mengambil kajian dakwah yang

menarik ataupun sesuai dengan kehidupan mahasiswa sehari-hari. Ada juga mahasiswa yang lebih sering menggunakan media sosial instagram sebagai media hiburan saat mahasiswa merasa penat dengan aktivitas sehari-harinya.

Bentuk dakwah yang disebarakan oleh mahasiswa bermacam-macam. Seperti media visual, audio, maupun audio visula. Banyak mahasiswa yang menggunakan media audio visual dalam penyebaran dakwah dimedia sosial instagram. Bentuk dakwah yang biasa disebarakan mahasiswa yaitu tulisan dan gambar. Namun ada sebagian mahasiswa yang menyebarkan dakwah dalam bentuk video yang berisi kajian dakwah ustadz terkenal seperti UAS kemudian menyebarkannya diakun instagram pribadi mahasiswa yang bertujuan mengajak teman-teman untuk mengetahui tentang Islam. Ada salah satu mata kuliah yang mengajarkan bagaimana membuat konten yang menarik baik dalam bentuk gambar maupun video. Hal ini diharapkan mahasiswa dapat membuat konten dakwah yang kreatif, sehingga terlihat menarik dan tidak membosankan. Misalnya membuat sebuah vidio animasi bergerak, dan diikuti percakapan berupa kajian dakwah.

Selain itu faktor penghambat dalam pemanfaatan media sosial instagram bagi mahasiswa yaitu kuota dan signal. Namun lebih dominan kuota, karena dalam mengakses media sosial instagram dibutuhkan kuota yang banyak dan jaringan yang cukup kencang. Faktor penghambat

lainnya yaitu kurang motivasi bagi diri mahasiswa sendiri untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial instagram. Hendaknya melalui proses perkuliahan sehari-hari dosen mendorong atau mengajak mahasiswa untuk memanfaatkan media sosial instagram pada hal yang positif seperti menyebarkan dakwah. Selain itu, hendaknya disediakan suatu akun atau situs khusus untuk mahasiswa menyalurkan kajian dakwah, agar mahasiswa lebih termotivasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa terdiri dari tiga tipe, yaitu sebagai berikut:
 - a. Sebagai subjek dakwah, yaitu menciptakan kajian dakwah kemudian menyebarkan di akun instagram.
 - b. Sebagai objek dakwah yaitu lebih banyak menikmati kajian-kajian dakwah yang telah tersedia di suatu akun instagram.
 - c. Selain media dakwah, media sosial instagram juga dimanfaatkan sebagai media hiburan dan media bisnis online.

Jadi, dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah, mahasiswa lebih cenderung sebagai objek dakwah. Mahasiswa lebih banyak menikmati kajian dakwah yang diciptakan orang lain, kemudian membagikan kajian tersebut. Jika dipersentasikan maka, mahasiswa sebagai subjek dakwah (20%), sebagai objek dakwah (65%), dan sebagai media hiburan (15%).
2. Bentuk dakwah yang biasa disebarkan mahasiswa dalam akun instagram yaitu berbentuk gambar dan berbentuk video dakwah kreatif dengan

tulisan sebagai penjelas makna dari gambar atau video yang berisi kajian dakwah.

3. Hambatan yang ditemukan dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah yaitu:
 - a. Terbatasnya jaringan dan kuota. Faktor terbatasnya kouta karena dalam mengakses media sosial instagram membutuhkan kuota yang lebih banyak dibanding media sosial instagram lainnya. Selain itu faktor lambatnya jaringan juga merupakan hambatan dalam pengaksesan atau penyebaran dakwah dalam media sosial instagram.
 - b. Kurangnya motivasi terhadap diri mahasiswa sendiri untuk memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merasa perlu untuk menyampaikan saran sebagai usaha meningkatkan minat pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah.

Adapun sumbangan saran-saran yang peneliti kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa agar lebih berminat dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah dengan hasil karya kajian dakwah sendiri.
2. Para dosen hendaknya lebih mengarahkan agar mahasiswa memanfaatkan media sosialnya sebagai media dakwah.

3. Hendaknya pihak Fakultas menyediakan fasilitas internet yang memudahkan mahasiswa untuk mengakses dan mengunggah dakwah di akun media sosial instagram.
4. Hendaknya pihak jurusan membuat akun instagram yang mengupload hasil karya mahasiswa mengenai dakwah baik berbentuk gambar, tulisan, video dan lain-lain. Sehingga menumbuhkan minat mahasiswa dalam menciptakan dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- A Ilyas Ismail, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: Prenadamedia, 2013
- Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, *Jurnal Publiciana*, Vol. 9, No. 1, Juni 2016
- Ali Mahfuz, *Hidayat al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'zi wa al-Khitabah*
Beirut: Dar al-Ma'arif
- Arief S Sadiman dkk, *Media Pendidikan* Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003
- Azhar Arsyad dan Asfiah Rahman, *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009
- Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 16, No. 01, Mei 2017
- Bambang Atmoko Dwi, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta:Media Kita, 2012
- Burhan Bungin, *Analisis Data Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologik Arah Penguasaan Model Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial: Format-format Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Surabaya: AUP, 2001
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005
- Dedi Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998
- Farida Hamid, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap* Surabaya: Apollo, 2009
- George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia Dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses Di Dunia*, Tangerang: Gemilang, 2016

- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: UGM, 1995
- Dina virginitie, dakwah multimedia,
<http://dinavirginitie.blogspot.com/2012/11/dakwah-artinya-penyiaran-propaganda.html>(diakses pada Minggu, 18 November 2012)
- Lexy, J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1984
- M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* Jakarta: Kencana, 2015
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah* Jakarta: Lentera Hati, 2012
- Mahda Suri, *Jurnal Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop Di Instagram Terhadap Citra Perusahaan Ladyfameshop*, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Lampung 2017
- Morissan dan Andi Corry Wardhani, *Teori Komunikasi Massa* Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Moh. Natsir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005
- NurAksin, "Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial", *Jurnal Informatika*, Vol. 2, No. 2, Desember 2016
- Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo: 2009
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 2001
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial* Bandung: Simbiosis Rekatama Media: 2017
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* Jakarta: Amzah, 2009
- Sudarno Wiryohandoyo, *Perubahan sosial dalam Masyarakat Modern* Yogyakarta: Tiara Wacana, 2002
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013

Tim Penyusun Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka:
Jakarta, 1976

W J S Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai
Pustaka, 2007

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan. T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

SURAT KETERANGAN

Nomor : 10/4 /In.14/F.4c/PP.00.9/10/2019

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menerangkan bahwa :

Nama : Rahma Fitri Asih Purba
NIM : 1530100004
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
Alamat : Jl Dr Payungan Dalimunthe No 57 Padangsidimpuan.

adalah benar telah melakukan penelitian mulai tanggal 09 Agustus 2019 s.d 08 Oktober 2019 dengan judul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi".

Demikian surat ini diperbuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidimpuan, 17 Oktober 2019

Dekan



Dr. Ali Sati, M. Ag

NIP. 196209261993031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin km 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Nomor
Lampiran
Hal

: 130 /In.14/F.6a/PP.00.9/02/2019

15 Februari 2019

: **Pengezahan Judul dan Pembimbing Skripsi**

Kepada:

Yth. : 1. Dr. Mohd. Rafiq, MA
2. Maslina Daulay, MA

Di tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa/i tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama/NIM : **RAHMA FITRI ASIH PURBA / 15 301 00004**
Fakultas/Jurusan : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ KPI**
Judul Skripsi : **"PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI KALANGAN MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI"**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu Menjadi **Pembimbing-I** dan **Pembimbing-II** penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/i dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.



Dekan

Dr. Ali Sati, M.Ag
NIP.196209261993031001

Ketua Prodi

Risdawati Siregar, S.Ag., M.Pd
NIP. 197603022003122001

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia/Tidak bersedia
Pembimbing I

Bersedia/Tidak Bersedia
Pembimbing II

Dr. Mohd. Rafiq, MA
NIP. 196806111999031002

Maslina Daulay, MA
NIP. 197605102003122003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan. T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

SURAT IZIN MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 678 /In.14/F.4c/PP.00.9/08/2019

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan memberi Izin melakukan penelitian kepada :

Nama : Rahma Fitri Asih Purba
NIM : 15 301 00004
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
Alamat : Manegen.

dengan judul "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**".

Demikian surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.



Dekan

Dr. Ali Sati, M.Aq

NIP. 196209261993031001