ABSTRAK

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN *@INJO.ID* DALAM PENYEBARAN PESAN DAKWAH ISLAM

(Studi Deskriptif Mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram Akun *@injo.id* Dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam)

Oleh:
Riawan Eko Sriyanto
41814142

Skripsi ini dibawah bimbingan:
Inggar Prayoga, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penggunaan Media Sosial Instagram Akun *@injo.id* dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam yang dilihat dari Penggunaan **Pesan/*Caption***, **Tagar/*Hastag*,** **Arroba/*Mentions*,** **Suka/*Like*** dan **Komentar**.

Metode Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan studi deskriptif. Proses pemilihan informan menggunakanteknik *purposive sampling*. Selain itu, teknik pengumpulan data dengan studi pustaka (studi literatur, *internet searching)* dan studi lapangan (wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi). Teknik analisi data pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian diperoleh bahwa penggunaan media sosial instagram akun *@injo.id* yang dibentuk tahun 2015. **Penggunaan pesan atau caption**, merupakan fitur untuk menulis deskripsi sebuah konten yang diunggah untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada konten tersebut. **Penggunaan Hastag**, Semua konten yang ada pada akun @injo.id, peneliti melihat ada hastag yang menjadikan hal tersebut pengkategorian sebuah konten. **Penggunaan *Like***, fitur ini akan ada disetiap konten yang diunggah oleh penggunaanya. *Love* atau *like* merupakan Bahasa yang dimiliki oleh Instagram. **Penggunaan Komentar**, Interaksi di dalam akun Istagram @injo.id pada kolom komentar. Pada kolom tersebut tidak terbatas jumlah user atau pengguna yang berkomentar. **Penggunaan Mentions**, Mentions atau disebut juga dengan Arroba, adalah fitur yang para penggunanya dapat menyinggungpengguna lainnya yang juga dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram tersebut.

Kesimpulan penggunaan media sosial Instagram akun *@injo.id* dalam penyebaran pesan dakwah islam adalah menggunakan media internet sebagai bentuk komunitas.

Saran bagi akun *@injo.id* adalah menambah pengetahuan dan menginspirasi kepada masyarakat umum dengan menambahkan konten dari berbagai sumber agama yang ada di Indonesia. Dengan begitu eksistensi akun *@injo.id* juga akan meningkat.

Kata kunci: *Penggunaan Fitur Instagram, studi deskriptif, @injo.id, Media Sosial Instagram*

ABSTRACT

USE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @ INJO.ID ACCOUNT IN SPREADING THE MESSAGE OF ISLAMIC DA'WAH

(Descriptive Study Regarding the Use of Social Media Instagram @ injo.id Account in Spreading the Message of Islamic Da'wah)

By:
Riawan Eko Sriyanto
41814142

The main councelor is:
Inggar Prayoga, M.I.Kom

This Purpose *to determine the use of social media Instagram @ injo.id account in the spread of Islamic Da'wah Messages seen from the* ***use of Caption, Hastag***, ***Mentions, Likes*** *and* ***Comments.***

The research method *uses a qualitative approach, with descriptive studies. The informant selection process uses purposive sampling technique. In addition, data collection techniques with literature study (literature study, internet searching) and field studies (in-depth interviews, observation, and documentation). Data analysis techniques for data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing.*

Result of research *obtained that the use of social media Instagram account @ injo.id which was formed in 2015.* ***The use of messages or captions*** *is a feature to write a description of the uploaded content to strengthen the character or message to be conveyed to the content.* ***The use of Hastag****, all the content in the @ injo.id account, researchers see that there is a hastag that makes it categorize content.* ***Use of Like****, this feature will be in every content uploaded by its use. Love or like is the language owned by Instagram.* ***Use of Comments****, Interactions in Istagram @ injo.id account in the comments column. In that column there is no limited number of users or users who comment.* ***Use of Mentions****, Mentions or also called Arroba, is a feature that users can offend other users by adding an arroba sign (@) and entering the Instagram account.*

The conclusion *of the use of Instagram social media @ injo.id account in spreading the message of Islamic da'wah is to use internet media as a form of community.*

Advice *for @ injo.id accounts are to increase knowledge and inspire the general public by adding content from various religious sources in Indonesia. That way the existence of the @ injo.id account will also increase.*

Keywords*: Use of Instagram Features, descriptive study, @ injo.id, Instagram Social Media.*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Akun injo.id itu kepanjangan dari *Inspiring Journal Indonesia,* dengan tujuan menjadi media yang fokus memberitakan sesuatu yang menginspirasi, karena banyak media yang sifatnya mengabarkan tetapi tidak menginspirasi hanya sekedar memberitakan tidak ada hikmah di dalam yang bisa di ambil

Akun Injo.Id, menurut admin sekaligus founder dari akun Injo.Id dengan *username* @kodit3, pada awalnya sebelum dikenal sebagai injo.id akun ini bernama Instajokam, yang berisikan konten-konten atau karya-karya mengenai hal religius dalam penyebaran agama Islam namun konten-konten tersebut hanya bersifat internal saja.

> "Awalnya saya hanya suka menulis tulisan di akun pribadi sendiri dan hanya dibagikan untuk komunitas internal saja, tetapi banyak orang yang suka dan menikmati hasil tulisannya. Nah mulai dari situ dibuatlah akun untuk menampung semua karya-karya tidak hanya karya saya namun semua karya yang berhubungan dengan hal religius". (sumber: dokumen pribadi, wawancara dengan admin @injo.id yang dilakukan pada tanggal 12 April 2018, pukul 15.45 WIB).

Namun, saat ini jumlah *followers* atau pengikut akun injo.id sudah mencapai 91.200 pengikut dengan total jumlah postingan sebanyak 1063 konten dakwah dan terus bertambah setiap harinya.

Dalam postingan akun *Instagram* injo.id terkandung banyak materi atau konten dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, selain itu juga banyak seruan dakwah yang mengandung nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai dengan visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan enak untuk dilihat dan dibaca.

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Hakekat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang diserukan. Di dalam Al-Quran terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya senantiasa berada "di jalan Allah".

> "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". (Shohih, Muhammad dkk., 2007:281).

Seiring perkembangan zaman, dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah pengikut, metode, dan media yang digunakan oleh para penggerak dakwah itu sendiri. Hal ini tidak lepas dari zaman yang serba modern, dakwah bisa dilakukan dengan berbagai media yang efesien dan mudah. Salah satunya adalah dengan munculnya internet yang diikuti oleh munculnya media-media sosial seperti *facebook, twitter, line, path, Instagram* dan lain-lain.

Instagram sebagai salah satu media jejaring sosial yang terbesar saat ini dan merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* itu sendiri.

Pengguna *Instagram* bermacam-macam, sehingga banyak orang menggunakan sesuai dengan cara yang mereka sukai. Salah satunya adalah sebagai sarana berdakwah atau memberikan pesan-pesan mengenai agama islam. *Instagram* sebagai komunikasi penyebaran pesan dakwah merupakan suatu aktivitas baru yang ada di dalam penggunaan media sosial, karena biasanya menggunakan cara komunikasi kelompok, komunikasi publik, ataupun komunikasi interpersonal. Di dalam penyebaran pesan dakwah islam pada media sosial *Instagram,* pemilik akun-akun dakwah berperan sebagai pengajar yang membelajarkan sasaran dengan pesan informasi dan motivasi yang bersifat edukatif yang berasal dari sumber-sumber ilmu agama. Pengguna *Instagram* berperan sebagai sasaran dari pengajar dan menerima isi pesan pembelajaran.

Dalam menghadapi fenomena yang banyak terjadi dilingkungan sehari-hari tersebut dan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang begitu cepat dan sangat dinamis ini, para da'i atau aktivis dakwah harus betul-betul bisa memanfaatkan media sosial, merubah tantangan menjadi suatu peluang dalam melakukan aktifitas dakwahnya. Kebutuhan masyarakat saat ini yang sangat tergantung pada kebutuhan informasi setidaknya bisa menjadi jalan dalam mengsyiarkan hal-hal kebaikan. Setiap da'i atau aktifis dakwah juga seharusnya dapat menciptakan konten-

konten yang mengandung unsur syiar, sehingga para pengguna media sosial khususnya *Instagram* yang para penggunanya didominasi oleh anak muda tidak hanya menggunakan *Instagram* untuk kemadharatan tetapi juga mereka bisa mendapatkan ajakan kebaikan, hidayah atau renungan dari akun *Instagram* yang berisi konten syi'ar yang dikemas secara menarik sehingga tidak membuat mereka merasa bosan untuk melihat atau membacanya. Tidak hanya membagikan sesuatu yang sudah ada tapi juga menjadi creator konten-konten agar banyaknya alternatif bacaan yang menyejukkan bagi para pengguna media sosial lainnya.

Melalui akun *Instagram* pendakwah juga bisa menyampaikan pesan dakwahnya melalui gambar yang dibagikan melalui akunnya. Menyebarluaskan kegiatan dakwah dengan melalui *Instagram* ini merupakan metode yang tepat dikarenakan *Instagram* merupakan media sosial yang sedang trend dan metode penyebaran pesan dakwah agama islam menggunakan audio dan visual yang menarik untuk dilihat, dibaca dan diperhatikan. Oleh sebab itu, mulai banyak bermunculan aktivis dakwah yang menggunakan *Instagram* sebagai media untuk memberikan pesan-pesan agama islam, melihat dari kemudahan penggunaan dan penguna *Instagram* di Indonesia yang menggunakan media sosial ini.

Salah satu akun yang menggunakan *Instagram* sebagai media penyebaran agama islam adalah akun @injo.id. Akun @injo.id adalah salah satu dari beberapa akun *Instagram* yang berisikan konten-konten islami. Namun berbeda dengan akun yang lainnya, pada akun @injo.id ini menggunakan desain visual yang menarik dan memberikan *caption* setiap postingannya dari kehidupan sehari-hari dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, sehingga akan mudah dipahami oleh para *followers* nya. Selain itu, akun @injo.id selalu *update* dengan tema yang berbeda-beda sehingga para *followers* nya dapat belajar serta memahami islam secara luas.

Kehadiran internet pun menjadi kekuatan tersendiri untuk komunikasi virtual diantaranya sebagai kekuatan utama dalam perkembangan media sosial sebagai media yang memediasi komunikasi yang dilakukan secara virtual atau online.

Ruang tersebut memberikan dampak yang luas didalam kultur manusia itu sendiri sehingga segala jenis kebutuhan bisa didapatkan melalui internet seperti

kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, sampai kebutuhan untuk berkomunikasi dalam ranah sosial pun bisa terpenuhi dengan internet.

Instagram merupakan salah satu bentuk kontribusi dari perkembangan internet dalam media komunikasi, melalui *Instagram* pengguna atau user dapat melakukan komunikasi secara langsung dengan user *Instagram* lainnya tanpa harus bertatap muka. Kecanggihan serta kemudahan media sosial *Instagram* menjadikan media sosial ini menjadi media paling unggul apabila dibandingkan dengan media sosial lainnya. Komunikasi antar user ini di dalam dunia maya atau *cyberspace* pada akhirnya menjadi sebuah bagian dari budaya yang dihasilkan oleh internet atau yang disebut dengan *cyberculture*.

> "*Cyberculture* atau budaya siber adalah praktik sosial maupun nilai – nilai dari komunikasi dan interaksi antar pengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antar manusia – teknologi ataupun antara manusia – manusia dengan perantara teknologi, yang kemudian budaya tersebut diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui jaringan internet yang terbentuk di antara pengguna". (dalam Nasrullah,2015: 78).

Peniliti melihat bahwa internet tidak hanya membawa dampak terhadap dunia teknologi saja akan tetapi internet mampu memproduksi sebuah objek (budaya) yang dikenal dengan "internet". Dalam artian bahwa internet tidak sebatas pada pengertian teknologi namun didalam istilah tersebut memungkinkan terjadinya interaksi antarindividu secara *face-to-face;* hal ini mampu dilihat dari konten yang dikeluarkan oleh *user* atau pengguna, sehingga bukan hanya berdasarkan teks semata bahkan emosi pun ditunjukan dengan teks atau konten, yakni dengan simbol – simbol dalam *emoticon.* Bahkan fitur *live* yang ada pada instagram memungkinkan seseorang melakukan komunikasi secara langsung meskipun pada pihak ke 2, komunikasi diwakili oleh teks.

Dengan demikian peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan studi deskriptif pada objek penelitian. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Deddy Mulyana yang dikutip dari bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif.

> "Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan

logika matematis, prinsip angka, atau metode statistic. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk da nisi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif."(Mulyana, 2003: 150).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pernyataan yang jelas, tegas, dan konkrit mengenai masalah yang akan diteliti, adapun berdasarkan latarbelakang masalah di atas yang peneliti kemukakan maka peneliti membuat rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan, yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Makro

Agar pembahasan tidak melebar maka peneliti akan membatasi penelitian untuk mendeskripsikan **"Bagaimana Penggunaan Media Sosial Instagram Akun @injo.id dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam?"**

1.2.2 Rumusan Mikro

Berikut adalah rumusan mikro yang telah dirumuskan oleh Peneliti secara spesifik:

1. Bagaimana Penggunaan **Pesan/*Caption*** Instagram @injo.id dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam?
2. Bagaimana Penggunaan **Tagar/*Hastag*** Instagram @injo.id dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam?
3. Bagaimana Penggunaan **Arroba/*Mentions*** Instagram @injo.id dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam?
4. Bagaimana Penggunaan **Suka/*Like*** Instagram @injo.id dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam?
5. Bagaimana Penggunaan **Komentar** Instagram @injo.id dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam?

2. Kerangka Pemikiran

Di dalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut, sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian.

Saat ini, media sosial berkembang tak hanya sekedar menjadi tempat untuk berteman saja. Banyaknya pengguna media sosial ini menumbuhkan kepentingan-kepentingan baru, salah satunya adalah

penyebaran dakwah islam. Berdakwah melalui media social adalah hal yang baru.

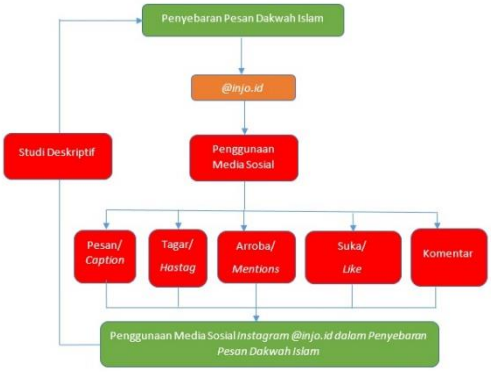
Media sosial saat ini yang cukup populer adalah Instagram. Media sosial ini mempunyai kelebihan untuk berpromosi melalui gambar dengan menampilkan gambar yang baik. Hal ini memungkinkan media sosial ini mempromosikan lebih terarah pada target. Penggunaan situs jejaring sosial sangat marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Situs tersebut tidak hanya digunakan untuk berhubungan satu sama lain melainkan juga untuk kegiatan-kegiatan lain salah satunya kegiatan penyebaran pesan dakwah islam.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Secara garis besar dalam buku Instagram Handbook (Atmoko, 2012), ke lima unsur diatas merupakan unsur yang ada dalam fitur media sosial instagram. Fitur ini merupakan perpaduan dan sekaligus memandu proses menganalisis penggunaan media sosial media Instagram. Setiap fitur yang ada dalam media sosial Instagram akan memberikan gambaran bagaimana komunitas virtual yang ada di *cybercultural* atau dunia maya yang dikenal dengan internet.

Gambar 2.1

Alur Pemikiran



Sumber: Penliti, 2018

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian secara kualitatif, hal ini karena subjek penelitian merupakan fenomena pada realitas sosial. dalam buku "Metode penelitian", Sugiyono (2015: 13) penelitian kualitatif adalah penelitian yang naturalistik karena

penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Metode ini disebut juga dengan metode artistik sebab proses penelitian ini lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut juga sebagai metode interpretative karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang di temukan di lapangan.

Berkaitan dengan pengertian di atas maka penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan fenomena sebagai subjek penelitiannya, dalam hal ini peneliti gunakan untuk melihat fenomena mengenai penggunaan media social Instagram dalam penyebaran pesan dakwah islam. sehingga dalam hal ini peneliti menggunakan studi deskriptif sebagai pisau dalam penelitian ini.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Pembahasan

Dari hasil penelitian dan analisis dari kelima mikro diatas, peneliti akan memaparkan hasil penelitian tentang judul besarnya yaitu "Penggunaan Media Sosial Instagram Akun *@injo.id* dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam".

Dalam upaya penyebaran pesan dakwah islam, admin *@injo.id* telah memenuhi kriteria dari Penggunaan Media Sosial yaitu penggunaan *Caption, Hastag, Mentions, Like,* dan Komentar. Admin mampu memposisikan diri sebagai komunikator di ruang virtual dengan upaya menyebarkan konten yang mempunyai unsur dakwah kepada *followers* atau komunikan. Dan melalui Instagram komunikator dan komunikan menjalin silaturahmi, mengedukasi dan berkomunikasi mengenai konten dakwah tersebut. Maka pesan dari konten tersebut sampai kepada komunikan sehingga komunikan mengetahui pesan-pesan dakwah

Melalui konten, akun *@injo.id* melakukan interaksi dengan sahabat injo yang lainnya, yang dimana konten tersebut merupakan konten yang dibangun oleh akun *@injo.id* dari peristiwa atau keresahan yang memang akan, sedang dan sudah terjadi. Sehingga peristiwa merupakan unsur yang memang melatarbelakangi semua konten yang ada di akun *@injo.id*, baik itu untuk konten berupa teks (gambar/video), yang menjadi media interaksi tatap muka antara admin dengan sahabat injo yang ada di media sosial Instagram.

Mereka melakukan interaksi pada akun *@injo.id* meskipun sahabat injo yang lain tidak satu lokasi dengan yang bersangkutan dan tidak mengetahui keberadaan sahabat injo yang diajak dalam interaksi itu berada dimana, namun

satu yang pasti bahwa keberadaan internet akhirnya mampu menjadi media komunikasi secara langsung. Mereka bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya karena di Instagram terdapat fitur *mentions* dan Komentar, dimana para pengguna bisa berinteraksi satu dengan yang lainnya tanpa harus bertatap muka dan tahu berada di wilayah dan lokasi yang sama.

Fitur-fitur yang disediakan di media sosial Instagram seperti *caption, hastag, mentions, like* dan komentar mampu menjadi media berinteraksi antara admin dengan para *followers* nya. Penggunaan fitur instagram yang praktis dan mudah pun dimanfaatkan oleh admin dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah islam. Peran fitur tersebut adalah efektor yang mampu menunjang proses kontrol media sosial Instagram, maka dari itu muncul efektivitas dalam upaya penyebaran pesan-pesan dakwah islam yang dilakukan oleh admin *@injo.id*.

1. **Penggunaan Pesan atau *Caption* akun instagram @injo.id**

   Pada akun media sosial Instagram *@injo.id* peneliti melihat bahwa akun *@injo.id* telah memposting konten sebanyak lebih dari 1000 konten yang pernah diunggah oleh akun *@injo.id*. Dari seribu konten tersebut peneliti mendapatkan bahwa konten yang diunggah oleh akun *@injo.id* berupa konten yang berformat gambar hampir 70% postingan dan 30% dengan format video. Itu karena gambar lebih mampu mempresentasikan pesan ketimbang langsung pada video.

   Dalam penggunaan pesan atau menulis sebuah *caption* perlu dilakukan, dikemas sesuai dengan perkembangan jaman. Akun Instagram *@injo.id* dalam menuliskan pesan yang ingin disampaikan melihat dari perkembangan jaman saat ini dan melihat sasaran yang ingin dicapai sehingga pesan dakwahnya bisa tersampaikan kepada sasaran yang tepat.

   Pada intinya bahwa akun Instagram *@injo.id* membuat publikasi yang menarik dan membuat pembaca merasa nyaman dengan apa yang diposting oleh akun Instagram *@injo.id*. Dengan mengemas sebuah pesan atau *caption* menjadi menarik dan mengikuti perkembangan jaman sekarang, itu cara yang efektik untuk membuat pembaca tertarik untuk terus membaca setiap postingan yang diunggah oleh akun media sosial.

   Selain daripada konten yang menjadikan akun ini memiliki ciri khas

tersendiri dari akun yang lain, ada hal unik yang menjadikan kekhasan tersendiri dari akun ini yaitu, penggunaan Bahasa yang digunakan dalam memberikan sebuah *caption* yakni Bahasa 'kekinian' banget maksudnya dalam penggunaan *caption* tidak baku dan kaku, jadi menggunakan Bahasa keseharian yang biasa anak muda mengerti.

Setiap postingan yang akun Instagram *@injo.id* buat itu selalu memiliki nilai-nilai yang terkandung di dalamnya dengan mencari sudut pandang yang berbeda dari kebanyakkan akun-akun islami lainnya.

2. Penggunaan Tagar atau *Hastag* akun instagram @injo.id

Dari sisi penggunaan *Hastag* peneliti melakukan observasi dengan melihat penggunaan *hastag* apa saja yang digunakan dalam penyebaran pesan dakwah islam dengan sahabat injo yang ada di dunia maya.

Semua konten yang ada pada akun ini, peneliti melihat ada *hastag* yang menjadikan hal tersebut pengkategorian sebuah konten. *Hastag* mampu menjadi pembeda antara satu konten dengan konten yang lainnya ataupun diikuti oleh konten lainnya.

Tagar/*Hastag* #CKUMS, Pada *hastag* ini, peneliti melihat dari observasi bahwa *hastag* ini yang sering muncul atau sering digunakan dalam konten akun Instagram *@injo.id.* ketika mengetikkan tagar #CKUMS di fitur pencarian maka langsung tagar tesebut otomatis akan langsung terhubung pada seluruh konten baik itu gambar maupun video yang menggunakan tagar tersebut pada kolom *caption* dan hal tersebut langsung mengarahkan pada akun yang menggunakan tagar tersebut. CKUMS adalah catatan kecil untuk masuk surga jadi catatan yang selalu atau yang suka dibuat oleh injo untuk mencatat hal-hal yang *simple* yang jarang orang lain pikirkan, kemudian tagar tersebut dikaitkan dengan urusan keduniaan dan urusan keakhiratan.

Tagar/*Hastag* #ZonaInspirasi, yaitu sebuah tagar yang menghiasi konten berisi mengenai motivasi atau inspirasi yang membuat orang yang membacanya itu termotivasi untuk menjalankannya.

3. Penggunaan Arroba atau *Mentions* akun instagram @injo.id

Menurut admin dari akun media sosial Instagram *@injo.id* bahwa

mentions itu menyinggung seseorang agar orang tersebut tersinggung, dalam artian tersinggung disini adalah orang yang yang kita singgung ikut membaca tulisan atau konten dari akun *@injo.id*.

Peneliti melihat bahwa akun *@injo.id* dalam pembuatan *mentions* disetiap postingan hampir tidak ditemukan, walapun sebenarnya itu ada. Dalam observasi, peneliti menemukan postingan injo yang menggunakan *mentions* kepada seseorang.

Terkadang dalam penggunaan *mentions* pada akun *@injo.id* itu penting, apabila me-*mentions* untuk hal-hal sosial atau menolong sesama yang membutuhkan. Kalau menurut admin dari akun *@injo.id* mengatakan bahwa terkadang penting, tapi *mentions* harus dibuat untuk menyinggung perasan seseorang agar mau membaca. Kemudian sebagai penggunaan instagram biasanya mereka tidak menyukai hal-hal yang bersifat *advertising.* Jadi akun ini hanya menyampaikan pesan islam tanpa mencari keuntungan disetiap postingannya.

Peneliti melihat bahwa fitur *mentions* yang terdapat pada fitur Instagram terkandung disetiap postingan *@injo.id* dapat menyebarkan sebuah pesan yang bermanfaat bagi orang lain. Namun pesan itu akan bermanfaat jika kita memberikan pesan dari sumber yang bermanfaat juga, karena dalam pembuatan *mentions* bisa dari berbagai sumber.

4. Penggunaan Suka atau *Like* akun instagram @injo.id

Pada akun *@injo.id* banyak konten yang diunggah menggambarkan situasi dan memberikan pesan yang berbeda-beda disetiap kontennya, namun pengguna yang menyukai atau dalam Bahasa Instagram yaitu meng-*like* lebih dari 1000 orang pengguna.

Peneliti melihat bahwa fitur *like* pada akun Instagram mampu menjadi Bahasa tersendiri. Namun pada akun *@injo.id* sebuah *like* itu sebenarnya berguna untuk menaikkan atau dapat menyebarluaskan sebuah pesan yang ingin disampaikan, menaikkan status *impresi* dari akun tersebut. Tapi, disisi lain penggunaan fitur *like* yang ada di akun *@injo.id* itu hanya sebuah tambahan karena ada hal yang terpenting yang akun *@injo.id* harapkan yakni pesan yang diposting oleh admin itu dibaca, dipahami dan diaplikasikan, persoalan konten tersebut mendapatkan *like* yang banyak

itu hanya bonus atau tambahan yang didapatkan dari konten itu sendiri.

Inilah yang menjadi kerancuan pada fasilitas "*like"* yang dimiliki oleh Instagram. Dan inilah yang peneliti lihat bahwa fitur "*like"* pada Instagram menjadi "Bahasa *Cyberspace"* bagi komunitas pengguna yang berkumpul pada media social Instagram dan ini berlaku juga pada akun Instagram *@injo.id.*

Namun lepas dari apakah itu menggambarkan perasaan atau bukan, sekali lagi peneliti katakan bahwa ini merupakan bahasa baru yang digunakan dalam dunia maya atau *cyberspace* pada media sosial Instagram yang peneliti lihat sebagai pengungkapan perasaan akan suatu konten, *"likes"* digunakan oleh pengguna sebagai wujud "kesetujuan" dari hal yang ada pada konten tersebut yang berkaitan dengan perasaan yang dirasakan oleh pengguna.

Peneliti melihat bahwa "*loves*" atau "suka" pada media sosial Instagram mampu menjadi bahasa tersendiri bagi sahabat injo dalam interaksi mereka pada akun *@injo.id*. Sehingga peneliti melihat bahwa "*loves*" mampu menjadi penerjemah perasaan sahabat injo terhadap konten yang ada pada akun *@injo.id*, baik itu terhadap konten ataupun caption yang diberikan oleh admin akun *@injo.id.*

5. Penggunaan Komentar akun instagram @injo.id

Didalam menanggapi seluruh konten yang ada pada akun *@injo.id* peneliti mengamati bahwa tanggapan pada kolom komentar terbagi kedalam 2 jenis yaitu positif dan negatif. Seperti yang sudah disebutkan peneliti bahwa hal tersebut tergantung pada peristiwa yang sedang tejadi.

Peneliti melihat setiap konten yang dipostingkan oleh akun *@injo.id* dari rubrik-rubrik yang ada di semua postingan akun tersebut mendapatkan tanggapan yang positif dari para *followers* nya, namun pasti ada saja tanggapan yang bersifat negatif yang dilontarkan oleh orang yang mungkin dia bukan salah satu dari pengikut akun *@injo.id.* Namun untuk menjaga agar para pembaca akun *@injo.id* tidak tergiring opini ke hal yang negatif, maka postingan akun tersebut dihapus oleh admin dari *@injo.id.*

Peneliti melihat bahwa terjadi perbedaan jawaban antara informan pendukung yakni Amalia dan Anggi. Amalia dia menjawab bahwa tidak pernah berkomentar pada akun

@injo.id karena Amalia merasa bahwa komentarnya sudah terwakilkan oleh para *followers* yang lainnya, maka dari itu Ia tidak berkomentar di akun *@injo.id.* berbeda dengan Anggi, Ia menjawab pernah karena Ia ingin memberikan dukungan kepada akun *@injo.id* atau memberikan apresiasi atas konten yang diposting, dan agar ketika memberikan komentar dukungan akun *@injo.id* selalu memberikan postingan-postingan mengenai pesan dakwah islam.

5. Penutup

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada bab ini peneliti menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. **Penggunaan pesan atau *caption* pada media sosial Instagram *@injo.id*** Merupakan fitur untuk menulis deskripsi sebuah konten yang diunggah untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada konten tersebut. Dalam akun *@injo.id* terdapat konten-konten yang diunggah oleh admin yakni berupa gambar dan juga video. Dalam penggunaan pesan atau menulis sebuah *caption* perlu dilakukan, dikemas sesuai dengan perkembangan jaman. Akun Instagram *@injo.id* dalam menuliskan pesan yang ingin disampaikan melihat dari perkembangan jaman saat ini dan melihat sasaran yang ingin dicapai sehingga pesan dakwahnya bisa tersampaikan kepada sasaran yang tepat. Pada intinya bahwa akun Instagram *@injo.id* membuat publikasi yang menarik dan membuat pembaca merasa nyaman dengan apa yang diposting oleh akun Instagram *@injo.id*. Dengan mengemas sebuah pesan atau *caption* menjadi menarik dan mengikuti perkembangan jaman sekarang, itu cara yang efektik untuk membuat pembaca tertarik untuk terus membaca setiap postingan yang diunggah oleh akun media sosial.
2. **Penggunaan *Hastag* pada akun Instagram *@injo.id,*** Semua konten yang ada pada akun *@injo.id*, peneliti melihat ada *hastag* yang menjadikan hal tersebut pengkategorian sebuah konten. *Hastag* mampu menjadi pembeda antara satu konten dengan konten yang lainnya ataupun diikuti oleh konten lainnya. setiap tagar itu memiliki makna yang berbeda seperti #CKUMS, #ZonaInspirasi. #CKUMS adalah salah satu *hastag* yang selalu

dipakai dalam setiap postingan akun *@injo.id. hastag* tersebut adalah sebuah catatan kecil untuk masuk surga, jadi *hastag* tersebut selalu mengingatkan bahwa kebaikkan sekecil apapun di dunia nyata akan sangat berdampak besar pada akhirat kelak. Kemudian *hastag* #ZonaInspirasi adalah sebuah tagar yang menghiasi konten berisi mengenai motivasi atau inspirasi yang membuat orang yang membacanya itu termotivasi untuk menjalankannya.

3. **Penggunaan *Like* pada akun Instagram *@injo.id***, Fitur ini akan ada disetiap konten yang diunggah oleh penggunaanya. *Love* atau *like* merupakan Bahasa yang dimiliki oleh Instagram. Bahasa menjadi suatu yang unik bagi peneliti sebab, dalam prakteknya, tidak semua konten yang diunggah oleh pengguna itu menggambarkan situasi yang positif dalam artian konten tersebut menggambarkan situasi yang menggembirakan, namun ada juga yang menggambarkan situasi pelik akan suatu peristiwa. Namun pada akun *@injo.id* sebuah *like* itu sebenarnya berguna untuk menaikkan atau dapat menyebarluaskan sebuah pesan yang ingin disampaikan, menaikkan status *impresi* dari akun tersebut. Tapi, disisi lain penggunaan fitur *like* yang ada di akun *@injo.id* itu hanya sebuah tambahan karena ada hal yang terpenting yang akun *@injo.id* harapkan yakni pesan yang diposting oleh admin itu dibaca, dipahami dan diaplikasikan, persoalan konten tersebut mendapatkan *like* yang banyak itu hanya bonus atau tambahan yang didapatkan dari konten itu sendiri.
4. **Penggunaan Komentar pada akun Instagram @injo.id,** Interaksi di dalam akun Istagram *@injo.id* pada kolom komentar. Pada kolom tersebut tidak terbatas jumlah *user* atau pengguna yang berkomentar, sehingga peneliti melihat bahwa setiap konten merupakan ruang yang terpisah-pisah yang dimana di dalam ruangan tersebut seluruh orang orang atau pengguna mampu berinteraksi satu dengan yang lainnya. Pada kolom komentar terbagi kedalam 2 jenis yaitu positif dan negatif.
5. **Penggunaan *Mentions* pada akun Instagram *@injo.id***, *Mentions* atau disebut juga dengan Arroba, adalah fitur yang para penggunanya dapat menyinggung pengguna lainnya yang

juga dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram tersebut. Para pengguna dapat menyinggung pengguna lainnya dengan memasukkan akun dari pengguna tersebut. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut. fitur *mentions* yang terdapat pada fitur Instagram terkandung disetiap postingan *@injo.id* dapat menyebarkan sebuah pesan yang bermanfaat bagi orang lain. Namun pesan itu akan bermanfaat jika kita memberikan pesan dari sumber yang bermanfaat juga, karena dalam pembuatan *mentions* bisa dari berbagai sumber.

6. **Penggunaan Media Sosial Instagram Akun @injo.id dalam Penyebaran Pesan Dakwah Islam,** Dalam upaya penyebaran pesan dakwah islam, admin *@injo.id* telah memenuhi kriteria dari Penggunaan Media Sosial yaitu penggunaan *Caption*, *Hastag*, *Mentions*, *Like*, dan Komentar. Admin mampu memposisikan diri sebagai komunikator di ruang virtual dengan upaya menyebarkan konten yang mempunyai unsur dakwah kepada *followers* atau komunikan. Dan melalui Instagram komunikator dan komunikan menjalin silaturahmi, mengedukasi dan berkomunikasi mengenai konten dakwah tersebut. Maka pesan dari konten tersebut sampai kepada komunikan sehingga komunikan mengetahui pesan-pesan dakwah Melalui konten, akun *@injo.id* melakukan interaksi dengan sahabat injo yang lainnya, yang dimana konten tersebut merupakan konten yang dibangun oleh akun *@injo.id* dari peristiwa atau keresahan yang memang akan, sedang dan sudah terjadi. Sehingga peristiwa merupakan unsur yang memang melatarbelakangi semua konten yang ada di akun *@injo.id*, baik itu untuk konten berupa teks (gambar/video), yang menjadi media interaksi tatap muka antara admin dengan sahabat injo yang ada di media sosial Instagram.

   Mereka melakukan interaksi pada akun *@injo.id* meskipun sahabat injo yang lain tidak satu lokasi dengan yang bersangkutan dan tidak mengetahui keberadaan sahabat injo yang diajak dalam interaksi itu berada dimana, namun satu yang pasti bahwa

keberadaan internet akhirnya mampu menjadi media komunikasi secara langsung. Mereka bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya karena di Instagram terdapat fitur *mentions* dan Komentar, dimana para pengguna bisa berinteraksi satu dengan yang lainnya tanpa harus bertatap muka dan tahu berada di wilayah dan lokasi yang sama.

Fitur-fitur yang disediakan di media sosial Instagram seperti *caption, hastag, mentions, like* dan komentar mampu menjadi media berinteraksi antara admin dengan para *followers* nya. Penggunaan fitur instagram yang praktis dan mudah pun dimanfaatkan oleh admin dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah islam. Peran fitur tersebut adalah efektor yang mampu menunjang proses kontrol media sosial Instagram, maka dari itu muncul efektivitas dalam upaya penyebaran pesan-pesan dakwah islam yang dilakukan oleh admin *@injo.id*.

5.2 Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. **Bagi Akun Instagram *@injo.id***
   a. Kepada akun *@injo.id* diharapkan penelitian ini dapat membantu akun agar lebih kreatif dalam mengeksplorasi fitur dan fasilitas yang diberikan oleh instagram, sehingga mampu memberikan jenis interaksi lain. Seperti menggunakan *Livegram* agar penyampaian pesannya terjadi secara langsung dan para pengikut *@injo.id* juga mengetahui siapa admin di balik akun tersebut dan bisa melakukan tanya jawab secara langsung.
   b. Dalam upaya menjalin hubungan silahturahmi dan sekaligus memperkenalkan akun *@injo.id* kepada masyarakat umum, peneliti menyarankan untuk mengadakan sebuah kegiatan. Seperti mengaji bareng bersama dengan komunitas injo atau para pengikut akun *@injo.id.*
2. **Bagi Peneliti Selanjutnya**
   a. Kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, disarankan

terlebih dahulu untuk mengamati lagi fenomena pada lingkungan sekitar, supaya bisa meninimalisir waktu, tenaga, pikiran dan dana.

b. Untuk melakukan penelitian, peneliti harus benar-benar mempertimbangkan apakah informan penelitian mudah di dapat dan bisa mengatur waktu jadwal wawancaranya dengan jadwal waktu penelitian.

c. Apabila mengambil tema atau isu yang sedang hangat atau momentum yang tidak biasa. Peneliti harus benar-benar memikirkan segala resiko kemungkinan yang terjadi pada penelitiannya. Karena momentum yang tidak biasa tidak mudah untuk mendapatkan informasi.

6. Daftar Pustaka

Buku :

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.* Jakarta: Media Kita.[1]

Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.[6]

_____. 2008. *Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.[7]

Creeber, G. dan Martin, R. 2009. *Digital Cultures*. New York: Open University Press.[8]

Dijk, Van. 2006. *The Network Society.* London: SAGE Publications.[9]

Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.[10]

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.[11]

Moleong, L. J. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitati (edisi revisi).* Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.[12]

Mulyana, D. (2001). *Metodelogi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.[13]

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi.* Bandung: Simbiosa.[14]

Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: PT. Lkis.[15]

Rakhmat, Djalaluddin. 2001. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.[2]

Solihat, Manap., Dkk. 2014. *Interpersonal Skill* (tips membangun komunikasi dan relasi). Bandung: Mujahid Press.[3]

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.[4]

_____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (mix methods).* Bandung: Alfabeta.[5]

Sumber Lain :

Penelitian :

Hakiki, R. (2016). *DAKWAH DI MEDIA SOSIAL (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar).* Jakarta: Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta.

Hamzah, Radja E. 2017. Penggunaan Media Sosial di Kampus dalam Mendukung Pembelajaran Pendidikan. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo.

Sari, Meutia P. 2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. Riau: Universitas Riau.[16]

Jurnal :

[i]Aditya Nugraha, R. H. (2015). FENOMENA MEME DI MEDIA SOSIAL : STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL POSTING MEME PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *JURNAL SOSIOTEKNOLOGI, Vol.14,No.3*, 237 - 245.

[ii]Arif, M. C. (2012). Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodelogi Kajian Media Berbasis Virtual. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2,no.2 (ISSN: 2088-981X)*, 165 - 179.

[iii]Faisal Abdul, R (2015). *AKTIVITAS KOMUNIKASI PESANTREN SALAF (Studi Etnografi Komunikasi mengenai Aktivitas Komunikasi Pesantren Salaf di Pesantren Al-Hikmussalafiyah Purwakarta dalam Mempertahankan Tradisi Sorogan dan Balagan)*. file:///D:/Tugas/Semester%208/Skripsi/Skripsi%20Eko/jbptunikompp-gdl-faisalabdu-33115-4-unikom_f-l.pdf

[iv]Khanza Gusrini Fadlia Aulia, M. T. (t.thn.). INTERAKSI SOSIAL DI ANTARA PARA PENGGUNA MEDIA SOSIAL ASK.FM (Studi Etnografi Virtual Pada Pengguna Ask.FM).

file:///D:/Skripsi/Referensi/16.04.237_jurnal_eproc.pdf.

[v]Meutia Puspita Sari. (2017). *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP UNRI. https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/16030/15562.*

Internet :

[1]Blogsauted. 2013. *Pengertian Internet, Kegunaan/Fungsi Internet, dan Sejarah Internet***.** Melalui http://blogsauted.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-internet-kegunaanfungsi.html [06/03/2018; 15.30 WIB]

[2]Bohang, F. 2017. *Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar se-Asia Pasifik.* Melalui https://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik [06/03/2018; 10.34 WIB]

[3]Studinews. 2015. *8 Pengertian Internet Menurut Para Ahli Lengkap***.** Melalui http://www.studinews.com/2015/12/8-pengertian-internet-menurut-para-ahli_27.html [06/03/2018; 15.35 WIB]

Artikelsiana. 2015. *Pengertian Internet, Fungsi, Manfaat & Sejarah Internet***.** Melalui http://www.artikelsiana.com/2015/09/pengertian-internet-fungsi-manfaat-sejarah.html [24/02/2018; 15.45 WIB]

[4]Wijiones. 2012. *Pengertian Dunia Maya.* Melalui http://wijiones.blogspot.co.id/2012/03/pengertian-dunia-maya.html [28/02/2018; 17.59 WIB]

[5]Hidayat, W. 2014. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Melalui https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media [28/02/2018; 10.43 WIB]

[6]Sugiharto, B. *Pengguna Internet di Indonesia Didominasi Anak Muda*. Melalui http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/ [26/02/2018; 11:21 WIB]

[7]Orgix. 2014. *Definisi dan Fungsi Hashtag Pada Sosial Media*. Melalui http://organix-digital.com/blog/read/definisi-dan-fungsi-hashtag-pada-sosial-media [27/02/2017; 20.54 WIB]