



Pesan Dakwah Pada Akun Media Sosial Instagram @qomikin

Khairani Rahmania,^{ID}



*Korespondensi :

Email :
Krahmania02@gmail.com

Afiliasi Penulis :

¹Universitas Islam Negeri
Sjeh M. Djamil Djambek
Bukittinggi, Indonesia

Riwayat Artikel :

Penyerahan : 19 April 2024
Revisi : 03 Juni 2024
Diterima : 29 Juni 2024
Diterbitkan : 30 Juni 2024

Kata Kunci :

Pesan Dakwah, Media Sosial
Instagram, Qomikin, Analisis
Isi

Keyword :

Da'wah Message, Social
Media Instagram, Qomikin,
Content Analysis

Abstrak

Instagram merupakan salah satu dari banyaknya media sosial dengan pengguna terbanyak. Instagram merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi momen dan informasi dari berbagai bidang dan aspek dalam kehidupan. Karena potensi ini banyak para da'i yang memanfaatkan instagram sebagai media atau sarana untuk membagikan dakwahnya, sama halnya yang dilakukan oleh akun media sosial instagram @qomikin yang menjadikan media sosial instagram sebagai media atau sarana untuk berdakwah. Pada penelitian ini memakai jenis penelitian analisis isi kuantitatif. Pengumpulan data penelitian ini diperoleh melalui observasi dan dokumentasi. Data primer didapatkan dari unggahan akun media sosial instagram @qomikin. Pada penelitian ini menggunakan teori dari Endang Saifuddin yaitu teori kategori substansi pesan. Penelitian yang telah dilakukan memperoleh hasil dari akun media sosial instagram @qomikin, terdapat kategori pesan dakwah aqidah, syariah, dan akhlaq. Diperoleh tujuh unggahan kategori pesan dakwah aqidah, lima unggahan kategori pesan dakwah syariah dan sembilan kategori pesan dakwah akhlaq. Dan telah diketahui kategori paling dominan yakni kategori akhlaq dengan jumlah frekuensi sembilan dan persentase 42,9%. Hal ini menunjukkan bahwa akun @qomikin lebih dominan menggunakan pesan dakwah akhlaq di akun media sosialnya.

Instagram is one of the many social media with the most users. Instagram is an application that provides various features that allow users to share moments and information from various fields and aspects of life. Because of this potential, many da'i utilize Instagram as a medium or means to share their da'wah, as does the Instagram social media account @qomikin, which makes Instagram social media a medium or means of preaching. This research uses quantitative content analysis research. This research data collection was obtained through observation and documentation. Primary data is obtained from uploading the @qomikin Instagram social media account. This study uses Endang Saifuddin's theory, namely the message substance categories theory. The research that has been done obtained the results of the @qomikin Instagram social media account. There are categories of da'wah messages: aqidah, sharia, and akhlaq. They obtained seven uploads of the aqidah da'wah message category, five uploads of the sharia da'wah message category and nine categories of akhlaq da'wah messages. It is known that the most dominant category is the akhlaq category, which has a frequency of nine and a percentage of 42.9%. This shows that the @qomikin account is more dominant in using moral da'wah messages on its social media accounts.

PENDAHULUAN

Media sosial di zaman kontemporer ini, banyak dai menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah (Qudratullah 2019). Fenomena tersebut terjadi karna melihat keunggulan media sosial dalam mempengaruhi dan menjangkau khalayak (Yusuf Afandi 2023). Ketika menggunakan media sosial, para pengguna dapat mengakses, membagikan dan saling memperoleh informasi serta membangun interaksi dengan pengguna lainnya melalui teknologi digital (Aziz



2009; Wibowo 2019). Melalui media sosial kita dapat menciptakan dan membagikan tulisan apapun kepada para pembaca yang jangkauan nya tidak terbatas (Zaini and Rahmawati 2021). Kemajuan teknologi menghantarkan pendakwah untuk berdakwah bahkan dalam skala dan jangkauan yang luas dan tidak perlu berdakwah dari mimbar ke mimbar atau bertatap muka secara langsung dengan *mad'u* (Kosasih 2019).

Saat ini sudah banyak konten – konten dakwah yang dibagikan ke media sosial antara lain blog, web, Instagram, Facebook, Youtube, dan media sosial populer lainnya (Asrizallis 2024). Dakwah di media sosial memiliki keuntungan dalam jangkauan dakwah yang lebih luas dan kemudahan akses (Ummah 2022; Nurfitriana and Arzam 2022). Keunggulan tersebut dinilai efektif dan merupakan sebuah peluang dan tantangan untuk dipakai sebagai media berdakwah karna memberikan solusi untuk memperluas dan mengembangkan jalur dakwah (Karim 2016). Karena dalam Islam Allah memerintahkan setiap masing – masing umat muslim diwajibkan untuk berdakwah agar senantiasa selalu berada di jalan yang Allah ridhoi (Ahmad 2016). Seperti firman Allah yang tertuang pada Al – Qur'an Surah Ali – Imran ayat 104 yang berbunyi :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : " Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang – orang yang beruntung".(QS. Ali – Imran, 104)

Dari paparan ayat diatas ditegaskan bahwasannya keseluruhan umat Islam hendaknya menyerukan dakwah dan menyampaikan ajaran agama islam tanpa batasan usia dan tanpa terkecuali. Kegiatan dakwah adalah suatu kewajiban bagi tiap – tiap umat islam, akan tetapi harus disesuaikan berdasarkan kadar kemampuan masing – masing (Maulan and Choirin 2021). Mestinya dakwah dilaksanakan menggunakan cara yang baik, seperti pribahasa kalau mempunyai niat yang baik namun cara yang digunakan tak baik janganlah berharap akan suatu kebaikan (Thoifah 2022). Dan juga disampaikan pada hadist Rasulullah diriwayatkan oleh Bukhari Muslim yang bermakna "sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat" dari hadist tersebut cukup jelas jika kegiatan berdakwah itu suatu hal yang wajib jika kita seorang muslim, meskipun hanya menyampaikan satu ayat saja (Sobirin 2018).

Saat ini sudah banyak konten konten dakwah yang dibagikan ke media sosial antara lain blog, web, Instagram, Facebook, Youtube, dll. Instagram adalah platform media sosial yang dirilis pada tahun 2010. Berdasarkan hasil survey We Are Social, instagram menduduki peringkat 4 pengguna terbanyak di dunia setelah Youtube, Whatsapp dan Facebook (Arradian 2022). Terdapat 1,63 miliar per April 2023. Jumlah yang besar tersebut meningkat 12,2% daripada periode tahun sebelumnya (Mutia Annur 2023). Media sosial instagram menyajikan berbagai fitur dan fasilitas untuk para penggunanya mulai dari berbagi video,

foto, caption bahkan menambahkan musik pada postingan foto atau video (Nasrullah 2017).

Ditengah banyaknya da'i yang menyalurkan dakwahnya pada media sosial instagram, peneliti memilih akun @qomikin sebagai objek penelitian. Karna akun tersebut memiliki gaya yang kreatif dan inovatif dalam menyampaikan pesan – pesan yang mengandung nilai – nilai keagamaan (Prasetya and Nur Bahri 2023). Selain itu akun instagram @qomikin juga mempunyai jumlah *followers* yang signifikan yang mana hal ini membuktikan jangkauan dan pengaruhnya dalam berdakwah dalam media sosial (Gatha Daffa Wichaksana, Sarwo Edy, and Didi Permadi 2022). Melalui penggunaan ilustrasi akun instagram @qomikin sukses menarik perhatian banyak pengguna menjadikan akun instagram @qomikin sebagai subjek yang menarik dan relevan untuk diteliti.

Faris sebagai pemilik akun instagram @qomikin mengawali berdakwah pada sosial media instagram pada 13 Januari 2019. Dalam membagikan dakwahnya Faris menggunakan pendekatan yang kreatif dan inovatif menyajikan dakwahnya dalam bentuk kata – kata atau tulisan yang dibuat pada background gambar dan dilengkapi dengan ilustrasi (Wildan and Fahmi Irfani 2024; Pratama et al. 2022). Akun instagram @qomikin dibuat pada bulan Maret 2018 dan tetap konsisten aktif sampai saat ini dan telah berhasil mendapatkan 133 ribu *followers* dengan jumlah 520 postingan hingga Mei 2024.

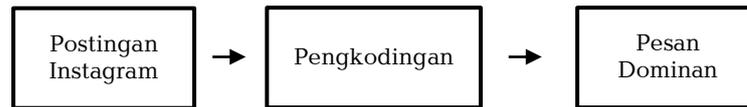
Akun Instagram @qomikin merupakan salah satu akun ilustrator dakwah yang populer di media sosial. Akun ini juga menjadi salah satu objek penelitian bagi para peneliti di kajian media dakwah. Salah satunya kajian dakwah komunikasi visual di media sosial Instagram (Prasetya and Nur Bahri 2023), pengaruh dakwah kreatif yang dilakukan akun @qomikin (Wildan and Fahmi Irfani 2024; Pratama et al. 2022). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang pesan dakwah di akun media sosial Instagram di akun @qomikin.

Melalui analisis terhadap postingan akun media sosial instagram @qomikin, diharapkan penelitian ini dapat mengidentifikasi bentuk pesan dakwah yang disampaikan melalui akun media sosial @qomikin kemudian menentukan bentuk pesan dakwah dominan yang terdapat dalam postingan akun media sosial instagram @qomikin. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang baru mengenai dakwah di era berkembangnya media sosial dan juga dapat menjadi referensi bagi para da'i dalam memanfaatkan platform media sosial untuk menyalurkan dakwah dengan cara yang kreatif dan inovatif.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis konten unggahan pada akun media sosial Instagram @qomikin. Analisis isi kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur dan mengkategorikan pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial secara sistematis dan objektif.

Bagan 1. Teknik Analisis Data



Sumber : Olahan Peneliti, 2024

Pengumpulan Data: Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan dokumentasi langsung dari unggahan akun Instagram @qomikin. Observasi dilakukan untuk mengamati secara mendalam setiap unggahan yang dipublikasikan oleh akun tersebut dalam periode tertentu. Dokumentasi digunakan untuk mencatat dan merekam semua unggahan yang relevan dengan penelitian. Data yang dikumpulkan meliputi jenis pesan dakwah yang disampaikan dalam setiap unggahan, seperti pesan aqidah, syariah, dan akhlaq.

Kategori Pesan Dakwah: Dalam analisis ini, teori kategori substansi pesan dari Endang Saifuddin menjadi landasan utama untuk mengklasifikasikan konten unggahan. Teori ini membagi pesan dakwah menjadi tiga kategori utama: Pesan Aqidah (yang berkaitan dengan keimanan dan keyakinan), Pesan Syariah (yang berkaitan dengan hukum dan aturan dalam Islam), Pesan Akhlaq (yang berkaitan dengan moral dan etika). Setiap unggahan dari akun @qomikin dianalisis dan dikategorikan ke dalam salah satu dari ketiga kategori tersebut berdasarkan konten yang disampaikan.

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis kuantitatif dengan menghitung frekuensi kemunculan setiap kategori pesan dalam unggahan Instagram. Data kemudian diproses untuk menghitung persentase dari setiap kategori pesan, sehingga dapat diketahui kategori pesan dakwah yang paling dominan digunakan oleh akun @qomikin. Dengan menggunakan teknik analisis isi kuantitatif nantinya peneliti akan melakukan pengkategorisasian bentuk pesan dakwah dan dalam hal ini penulis juga akan menentukan bentuk pesan dakwah mana yang dominan pada postingan akun instagram @qomikin pada tahun 2023.

HASIL

Profil Faris Saputra dan Akun Instagram @qomikin

Akun @qomikin dibentuk oleh seorang anak muda berdarah Mojokerto yang bernama Faris Saputra. Ia telah menyelesaikan studi Diploma Tiga di Politeknik Elektronika Negeri Surabaya dengan jurusan Multimedia. Berdasarkan observasi, Faris Saputra bekerja sebagai *Freelance Artist*. Ditengah kesibukan sebagai *Freelance Artist* Faris menyempatkan untuk turut andil dalam berdakwah yang mana merupakan *passion* dan *skill* nya. Berawal dari hobinya menulis dan menggambar sejak tahun 2018. Meskipun *background* nya tidak pernah bergabung dengan organisasi islam saat masa sekolah bahkan saat kuliah, Faris Syaputra rutin mengikuti kajian islam dari beberapa Ustadz diantaranya Ustadz Khalid Basalamah, Hanan Attaki, Gus Bahaudin dan banyak kajian ustadz lainnya.

Faris juga berkecimpung dalam industri kreatif dengan membuat studio yang diberi nama @qomikin yang terpantau aktif membuat karya ilustrasi, karya ilustrasi nya juga sudah dijual belikan di marketplace desain grafis yang berlabel *Creative Market*. Pria yang berdarah Mojokerto, Jawa Timur tersebut juga mulai merambah ke dalam dunia menulis dan telah menciptakan karya tulis yang ia tuangkan ke dalam sebuah buku. Judul buku yang sudah terbit diantaranya Setelah Amnesia jadi manusia, Rindu Yang Menipu dan yang sedang dalam progres yaitu Tenang Yang Kau Cari Bukan Disini.

Gambar 1. Akun Instagram Qomikin



Sumber : Instagram @qomikin, 2024

Untuk melengkapi penyaluran hobi dakwah Faris membuat sebuah akun instagram yang diberi nama @qomikin pada bulan Maret 2018. Akun instagram ini telah memposting sebanyak 520 postingan dan 133 ribu *followers*.

Pesan Dakwah Pada Media Sosial Instagram

1. Pesan Dakwah Aqidah

Pada postingan akun media sosial instagram @qomikin dari September 2023 hingga November 2023 diperoleh 7 postingan yang mengandung makna aqidah :

a. Iman Kepada Allah

Postingan pada tanggal 14 September 2023 yang bertuliskan "*Jika selama hidup, dari sejak lahir sampai saat ini gusti Allah beri banyak kemudahan untuk kita dalam menjalani kehidupan, lalu kenapa kita tidak merasa yakin gusti Allah pasti jamin kemudahan di sisa kehidupan kita*". Meyakini bahwa setelah kesulitan akan ada kemudahan yang akan Allah berikan. Jangan karna satu kesulitan malah melupakan kemudahan yang selama ini telah Allah karunia kan, tetapkan yakin bahwa Allah akan memberikan kemudahan dalam kehidupan kita.

b. Iman Kepada Qadha dan Qadhar

Postingan pada tanggal 06 September 2023 yang bertuliskan "*Jika disakiti orang lain sabar dan berusaha buat maafin insyaAllah Allah yang*

ganti, karna ganti dari Allah bentuknya jauh lebih indah dibandingkan hanya ukuran urusan dunia". Ketika dalam keadaan disakiti orang lain kita menghadapinya dengan sabar dan berusaha untuk memaafkan orang tersebut, ketahuilah bahwasannya Allah akan mengganti kesakitan tersebut dengan bentuk yang lebih indah, bukan hanya lebih indah perihal dunia tapi juga bayaran yang indah di akhirat kelak.

Postingan pada tanggal 09 September 2023 yang bertuliskan "*Saat aku kehilangan harapan dan rencana tolong ingatkan aku bahwa cintaMu jauh lebih besar dari kecewaku, dan takdirMu jauh lebih indah dari rencanaku*". Ketika dihadapkan dengan keadaan *hopeless* dan kecewa ingatlah bahwa cinta Allah lebih besar dari kecewa yang dirasakan dan takdir Allah lebih indah dari semua hal yang kita rencanakan. Kata Mu dalam kalimat ini adalah Allah. Maka dapat dikatakan tergolong ke dalam Iman kepada qadha dan qadhar karna meyakini bahwa takdir Allah lebih indah dari semua perencanaan manusia.

Postingan pada tanggal 06 Oktober 2023 yang bertuliskan, "*Bunga ini yang menanam ibumu sekarang baru dapat hikmahnya, agar aku tidak perlu capek ke pasar kembang kalo mau nengok makamnya. Tinggal petik, bayangkan ibumu sesayang itu sama aku, sampai hal seperti itu saja dipikirkan dan dipersiapkan*". menyiratkan bahwa kematian akan mendatangi siapapun yang bernyawa. Kematian bisa datang kapan saja Allah kehendaki dan tanpa aba aba. Maka dari itu kita sebagai hamba Allah yang akan merasakan mati meskipun entah kapan datangnya namun pasti, mustahil rasanya mati tak membawa bekal apapun. Penulis konten memberikan pesannya kepada pembaca persiapkan bekal amal baik selagi masih hidup, perbanyak amal shaleh kurangi melakukan perbuatan yang dilarang oleh Allah karna kematian bisa terjadi kapan saja dan dimana saja yang Allah kehendaki.

Postingan tanggal 01 November 2023 yang bertuliskan "*Yang buruk sengaja Allah lepaskan, agar yang baik memiliki kesempatan untuk datang*". Allah melepaskan sesuatu dari hidup seseorang bukan berarti Allah tidak menyayangi hamba –Nya, boleh jadi kehilangan itu terjadi karena menurut Allah itu kurang baik untuk hamba –nya. Dan kehilangan ini juga memberikan tempat dan kesempatan untuk yang lebih baik. Dalam pesan dakwah diatas baik dan buruk yang disebutkan dalam tulisan merujuk kepada seseorang, rezeki atau takdir dalam kehidupan. Kembali tulisan ini memiliki makna keyakinan terhadap takdir yang sudah Allah tetapkan.

Postingan pada tanggal 07 November 2023 yang bertuliskan "*Yang mengejutkan tuh bukan yang tiba-tiba nyebar undangan, tapi yang kemaren tertawa riang namun hari ini terdengar berita kematiannya*". Percaya akan takdir Allah bahwa kematian itu suatu hal yang pasti terjadi kepada setiap manusia yang bernyawa, sekarang mungkin masih tertawa boleh jadi esok hari kematian mendatangi seseorang karna maut datang tanpa memberi aba aba dapat terjadi dimana saja dan kapan saja yang Allah kehendaki.

Postingan pada 26 November 2023 yang bertuliskan "*Jika seorang hamba mengerti maksud dibalik takdir Allah untuknya, pasti ia akan menangis dan menyesal karena telah berburuk sangka pada Allah*". Dibalik takdir baik atau kurang baik yang Allah berikan kepada hamba – Nya tersimpan maksud dan tujuan dari Allah untuk menyuratkan takdir tersebut kepada seseorang. Dan apabila kita mengetahui maksud dan tujuan Allah tersebut kita akan menyesal telah berburuk sangka atas takdir tersebut. Allah lebih mengetahui apa yang tidak kita ketahui.

2. Pesan Dakwah Syari'ah

Pada postingan akun media sosial instagram @qomikin dari September 2023 hingga November 2023 diperoleh 5 postingan yang mengandung makna syari'ah:

a. Shalat

Postingan pada tanggal 05 September 2023 yang bertuliskan "*Udah kerja nguras tenaga, giliran gajian terimanya ga seberapa, ibadah sering ditinggal karna lupa, giliran ditanya alasannya sibuk kerja, udah didunia ngga kaya-kaya amat diliran di akhirat pengennya selamat*". Larangan meninggalkan sholat bagaimanapun sibuknya kita dengan urusan dunia. Ketika kehidupan dunia mu tidak begitu memuaskan untukmu maka tidak ada hak kamu untuk menggugatnya pada Allah, karena urusan akhirat saja dilalaikan malah minta dimenangkan di kehidupan dunia yang fana' ini. Maka dari itu utamakan lah akhirat mu maka dunia akan mengiringi.

Postingan pada tanggal 23 September 2023 yang bertuliskan "*Katanya hidup didunia ini sangat melelahkan, lalu kenapa sering kali kita terburu-buru saat sujud kepada Tuhan? Sedangkan disitulah kesempatan istirahat sejenak dari segala penat dunia yang tak pernah ada pangkal ujungnya*". Penulis memberikan sindiran kepada orang – orang yang suka mengeluh dalam kehidupan namun dalam shalat saja ia melakukannya dengan terburu – buru, padahal saat shalatlah sebaik baiknya kesempatan untuk beristirahat dari lelahnya kehidupan dunia dengan mengadu kepada Allah.

Postingan Pada tanggal 29 Oktober 2023 yang bertuliskan "*Jangan tinggalkan sholat jika kamu tau rasanya ditinggalkan*". Mengenai sholat, penulis konten memberikan pesan kepada pembaca nya untuk tidak meninggalkan sholat. Karna hal ini sama hal nya dengan meninggalkan Allah, penulis menambahkan "tulisan jika kamu tau rasanya ditinggalkan" yang pada dasarnya ditinggalkan itu menyakitkan dan posisikan hal itu kepada Allah, jika kamu meninggal kan sholat sama saja kamu menyakiti Rabb mu. Karna sholat merupakan ibadah wajib bagi setiap umat Islam.

b. Berdo'a

Postingan pada tanggal 10 Oktober 2023 yang bertuliskan "*Semua bisa kudapat bukan karna aku yang hebat, namun do'a ibuku yang kuat*". Makna dari tulisan yang disajikan diatas yakni saat mendapat suatu pencapaian alangkah lebih baiknya tidak berbangga diri dan merasa kehebatan tersebut

semata mata dari diri sendiri. Namun kita harus menyadari dibalik pencapaian tersebut pasti ada doa yang kuat dari seorang ibu yang Allah kabulkan. Doa bisa merubah segalanya dan dengan doa berpengaruh untuk jalan kehidupan jadi jangan meremehkan kekuatan doa.

Postingan pada tanggal 12 Oktober 2023 yang bertuliskan "*Ya Allah Ya Rabb, suburkanlah cintaku kepada tahajud, agar aku dapat lebih dekat denganmu dalam sujud*". seseorang yang jatuh cinta kepada sholat tahajud, penulis konten menggambarkan tulisan tersebut dengan seseorang yang berdoa kepada Allah untuk disuburkan rasa cinta nya terhadap sholat tahajud. Melakukan amalan sunnah seperti sholat tahajud dapat lebih mendekatkan kita kepada Allah karna dilaksanakan disepertiga malam, disaat semua orang terlelap, si pencinta sholat tahajud justru mengambil wudhu' kemudian sholat untuk menghadap Allah dan mengadu kepada Allah.

3. Pesan Dakwah Akhlaq

Pada postingan akun media sosial instagram @qomikin dari September 2023 hingga November 2023 diperoleh 9 postingan yang mengandung makna akhlaq :

a. Akhlaq kepada Allah

Postingan pada tanggal 03 September 2023 yang bertuliskan "Islam itu enak semua ada solusinya. Contohnya jika kamu disenangi orang berarti Allah meridhoimu, sedangkan kalau kamu digunjing orang itu tandanya dosamu berkurang. Sama – sama dapat rahmat Allah". Berhusnudzon atau berprasangka baik kepada Allah bahwa Allah akan selalu merahmati hamba – Nya saat disukai orang bahkan saat orang membicarakan keburukan kita sekalipun.

Postingan pada tanggal 12 September 2023 yang bertuliskan "*Tenang saja rejeki itu sudah pasti sesuai dan tertakar. Jadi, rejekimu yang sedikit itu tak akan mungkin tertukar dengan yang banyak*". Ini merupakan akhlaq kepada Allah, dalam tulisan ini mengandung makna berhusnudzon kepada Allah atau berprasangka baik kepada Allah atas apa yang sudah Allah berikan. Misal perihal rezeki seperti yang didalam tulisan, rezeki orang tidak akan pernah tertukar dengan rezeki orang lainnya, jadi kalau saat ini merasa kurang berprasangka baikllah pada Allah suatu saat nanti Allah pasti akan cukupkan rezeki tersebut. Karna Allah tergantung prasangka hamba – Nya.

b. Akhlaq kepada Sesama Makhluq

Postingan pada tanggal 11 September 2023 yang bertuliskan "*Dikarenakan tidak ingin merepotkan malaikat beberapa orang mencatat amal baiknya di sosmed*". Penulis mengisyaratkan bahwa janganlah riya dengan mempamerkan atau memperlihatkan amalan ibadah yang telah dikerjakan di sosial media dengan tujuan pamer kepada orang lain. Karena tidak semua manusia senang melihat hal baik dari seseorang. Maka dari itu saling menjaga, jaga hatimu dan jaga hati oranglain.

Postingan pada tanggal 16 September 2023 yang bertuliskan "*Sebegitu gampangya orangtua membandingkan anaknya dengan orang anak temannya, namun dia tidak membandingkan dirinya dengan temannya sebagai sesama orangtua*". Akhlaq terhadap sesama makhluk termasuk hubungan orangtua dengan anak. Penulis menyiratkan untuk tidak membandingkan anak sendiri dengan anak oranglain karna setiap anak memiliki kapasitas dan kemampuannya masing – masing. Alangkah baiknya kita sebagai orangtua mengkoreksi diri agar dapat mendidik dan mengarahkan anak dengan cara yang lebih baik tanpa membandingkan dengan anak oranglain.

Postingan pada tanggal 21 Oktober 2023 yang bertuliskan "*Ketika istri marah lalu suami sabar maka itu adalah lading pahala tanpa biaya*". Bicara tentang sabar dalam pesan dakwah diatas, seorang suami yang sabar ketika istrinya marah bukan berarti lemah, karna justru disanalah merupakan ladang pahala bagi sang suami karna dengan sabar menghadapi kemarahan istrinya, dan tidak menyakiti pasangannya. Sabar memang harus diterapkan ketika menghadapi ujian atau masalah apapun baik itu dengan keluarga, pasangan atau teman.

Postingan pada tanggal 27 Oktober 2023 yang bertuliskan "*Naluri orangtua hanya ingin yang terbaik untuk anaknya jika mungkin caranya salah bukanlah tetap benar niatnya? Mungkin bukan salah hanya tidak sesuai saja dengan yang kita inginkan*". Hubungan orangtua dan anak, berprasangka baik terhadap keputusan – keputusan orang tua yang mungkin tidak sesuai dengan kehendak kita, namun perlu diketahui sejatinya orangtua pasti ingin yang terbaik untuk anaknya, maka dari itu tidak ada salah nya untuk menghargai kebijakan orangtua meskipun caranya tidak seperti yang dimau.

c. Akhlaq kepada diri sendiri

Postingan pada tanggal 29 September 2023 yang bertuliskan "*Musuh terbesar orang pintar adalah kebanggan diri sendiri terhadap prestasi masa lalu yang pernah dicapainya, padahal hidup kan tidak terpaku pada hari itu saja, hidup itu akan terus berjalan bersanding dengan perubahan dan harapan baru*". Penulis memberikan pesan untuk tidak terlalu berbangga diri akan pencapaian yang pernah diraih, karena waktu terus berjalan orang orang juga akan berlomba – lomba untuk meraih impiannya dan tentunya akan muncul perubahan dan harapan yang baru.

Postingan pada tanggal 07 Oktober 2023 yang bertuliskan "*Level tertinggi mencintai seseorang yaitu hilangnya rasa memaksa untuk memiliki*". Sebuah tulisan yang menggambarkan titik ikhlas atau lapang dada seseorang pria ketika orang yang dicintai sudah bersanding dengan orang lain, pesan dakwah akhlaq nya yaitu tidak memaksa seseorang untuk bersama kita yang mana hal tersebut berpotensi menyakitinya, karna itu dibutuhkan sikap lapang dada dalam menyikapi hal ini.

Postingan pada tanggal 24 November 2023 yang bertuliskan "*Bahkan dalam diam saja masih tidak selamat dari prasangka buruk manusia*". Pesan untuk tetap percaya diri dan tidak terlalu mendengar ocehan oranglain selama yang kamu kerjakan merupakan hal yang positif dan tidak merugikan oranglain. Karena ketika diam pun kadang kita masih dibicarakan oranglain.

Tabel 1. Jumlah Frekuensi Kategori Pesan Dakwah

Pesan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram @qomikin	Aqidah	Syari'ah	Akhlaq
Jumlah	7	5	9
Total	21		

Sumber : Instagram @qomikin

Distribusi Frekuensi

Kategori Pesan Aqidah

$$P = \frac{7}{21} \times 100\% = 33,3\%$$

Kategori Pesan Syari'ah

$$P = \frac{5}{21} \times 100\% = 23,8\%$$

Kategori Pesan Akhlaq

$$P = \frac{9}{21} \times 100\% = 42,9\%$$

Tabel 2. Jumlah Persentase Kategori Pesan Dakwah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Aqidah	7	33,3%
Syari'ah	5	23,8%
Akhlaq	9	42,9%
Total	21	100%

Berdasarkan tabel diatas, telah didapatkan persentase masing – masing kategori pesan dakwah yang ada pada media sosial intagram @qomikin. Kategori pesan dakwah yang dominan atau memiliki persentase terbanyak yaitu pada kategori pesan dakwah akhlaq sebesar 42,9%. Kategori pesan dakwah dengan persentase terbanyak kedua yaitu pesan dakwah aqidah sebesar 33,3%. Terakhir kategori pesan dakwah syari'ah dengan jumlah persentase sebesar 23,8%.

PEMBAHASAN

Pesan dakwah yaitu segala sesuatu yang da'i sampaikan pada mad'unya. Pesan dakwah terdiri atas materi ajaran islam yang terdapat dalam Kitab Allah dan

juga Sunnah lengkap beserta pesan – pesan lain yang mengandung ajaran Agama Islam. Pesan dakwah bersumber dari Al – Qur'an, Hadist, ijtihad serta fatwa ulama. Begitulah mengenai realita hidup yang terjadi pada masyarakat, bias digunakan sebagai materi pelajaran untuk mad'u. Al – Qur'an serta Hadist merupakan sumber utama pesan dakwah, selain daripada Al – Qur'an dan Hadist merupakan sebagai penguat atau penjelas Al – Qur'an dan Hadist. Pesan yang bertolak belakang dengan sumber utama tak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Pesan dapat berbentuk simbol, kata, gambar dan lainnya yang diinginkan dapat memberikan pemahaman dan pengertian serta perubahan sikap serta prilaku dikalangan mad'u.

Pada penelitian ini peneliti menganalisis pesan dakwah pada media sosial instagram @qomikin. Peneliti juga ingin mengetahui kategori pesan dakwah apa saja dan kategori pesan dakwah mana yang dominan pada media sosial instagram @qomikin pada periode September 2023 hingga November 2023. Dengan menggunakan teori substansi pesan terdapat 3 kategori pesan dakwah pada media sosial instagram @qomikin aqidah, syariah dan akhlak. Untuk mengetahui frekuensi dan persentase setiap kategori dilakukan dengan pengkodean atau pengkategorisasian.

Hasil penelitian telah diperoleh kategori Akhlaq merupakan kategori dengan frekuensi dan persentase tertinggi pada penelitian ini kategori pesan dakwah akhlaq sebagai kategori terbanyak dengan frekuensi sembilan unggahan dan persentasenya sebesar 42,9%. Kategori pesan dakwah aqidah kedua terbanyak dengan frekuensi tujuh unggahan dan persentasenya sebesar 33,3%. Kategori pesan dakwah akhlaq diurutan terakhir dengan frekuensi lima unggahan dan persentasenya sebesar 23,8%.

Kategori pesan dakwah akhlaq sebagai kategori dakwah yang dominan pada unggahan media sosial instagram @qomikin. Pesan dakwah akhlaq disini menyampaikan nilai moral dan etika yang meliputi akhlaq kepada Allah, akhlaq kepada sesama, akhlak kepada diri sendiri melalui cara yang kreatif yaitu tulisan yang disertai ilustrasi.

Konten dengan kategori pesan dakwah akhlaq pada media sosial instagram @qomikin kebanyakan mencakup topik sehari hari yang berkaitan dengan jiwa misalnya ikhlas, sabar, lapang dada, berprasangka baik, tidak sombong. Sebagai contoh salah satu unggahan pesan dakwah akhlaq yang bertuliskan "*Tenang saja, rejeki itu sudah pasti, sesuai dan tertakar. Jadi rejekimu yang sedikit tidak akan tertukar dengan yang banyak*". Tulisan ini mengandung berprasangka baik kepada Allah bahwa Allah telah menetapkan rezeki kepada tiap tiap hamba – Nya tidak akan tertukar rezeki yang satu dengan rezeki yang lainnya

Selanjutnya pesan dakwah aqidah yang merupakan kategori pesan dakwah kedua terbanyak pada unggahan media sosial instagram @qomikin. Pesan dakwah aqidah disini kebanyakan tidak berkaitan dengan pembahasan hal hal aqidah yang berat yang terkait dengan Tuhan tetapi lebih kepada hal hal yang *relate* dengan kehidupan sehari hari misalnya seorang hamba harus percaya dengan rezeki yang diberikan oleh Allah dan bagaimana seseorang itu harus yakin atau percaya kepada takdir yang Allah tetapkan. Karena keadaan

sekarang banyaknya orang yang berputus asa dan tingkat bunuh diri yang tinggi sehingga dibutuhkan penekanan didikan dibidang aqidah. Berikut salah satu tulisan unggahan pada media sosial instagram @qomikin *"Saat aku kehilangan harapan dan rencana, tolong ingatkan aku bahwa cinta-Mu lebih besar dari kecewaku dan takdir-Mu jauh lebih indah dari rencana ku"*. Kita sebagai manusia hanya bisa berencana namun takdirnya tetap Allah lah maha penentu yang terbaik, disaat rencana dan harapan tidak sesuai dengan yang diinginkan kita harus percaya bahwa Allah telah mempersiapkan takdir yang lebih indah daripada harapan dan rencana yang kita inginkan.

Pesan dakwah syariah merupakan kategori pesan dakwah diurutan terakhir pada unggahan media sosial instagram @qomikin. Pada pesan dakwah syariah pada akun instagram @qomikin lebih cenderung membahas mengenai ibadah misalnya larangan meninggalkan sholat dalam keadaan apapun karena sholat merupakan kewajiban kita terhadap Allah, larangan beribadah terburu buru karena sholat merupakan saat dan kesempatan kita untuk beristirahat dari aktivitas duniawi yang melelahkan, kekuatan do'a ketika berhasil meraih pencapaian bukan semata mata karna kemampuan atau kehebatan diri sendiri melainkan ada seorang ibu yang melangitkan do'a nya dan seseorang yang jatuh cinta kepada sunnah salah satunya sholat tahajud dan berharap Allah suburkan rasa cinta tersebut agar ia tetap konsisten dalam melakukannya dan selalu berada lebih dekat dengan Allah.

Faris sebagai pemilik akun instagram @qomikin sangat aktif dalam membagikan pesan pesan dakwah. Hal yang dilakukan Faris ini termasuk hal yang tidak banyak dilakukan orang lain, karena memang Faris menyampaikan pesan dakwah secara singkat, padat tapi kreatif. Ada berupa foto yang terdiri dari tulisan yang disertai ilustrasi sebagai pelengkap materi dakwahnya. Unggahan tersebut juga dibarengi dengan alunan musik yang bertujuan agar dakwah tersebut lebih mudah tersampaikan kepada para pembacanya. Cuman alangkah baiknya pesan pesan yang disampaikan tersebut ditambah dengan ayat Al-Qur'an atau Hadist sehingga selain orang mendapatkan pesan pesan yang kreatif, orang juga bisa sekaligus memahami bahwasannya pesan yang disampaikan bersumber dari Al-Qur'an atau Hadist.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram, khususnya akun @qomikin, dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat. Dalam penelitian ini, tiga kategori utama pesan dakwah yang dianalisis adalah aqidah, syariah, dan akhlaq. Dari 21 unggahan yang dianalisis selama periode yang ditentukan, ditemukan bahwa kategori akhlaq menjadi yang paling dominan dengan sembilan unggahan (42,9%), diikuti oleh kategori aqidah dengan tujuh unggahan (33,3%), dan terakhir kategori syariah dengan lima unggahan (23,8%). Keberhasilan akun @qomikin dalam menyampaikan pesan dakwah melalui pendekatan visual dan teks singkat membuktikan bahwa platform digital seperti Instagram dapat digunakan secara

efektif untuk tujuan dakwah. Pesan yang disampaikan tidak hanya padat dan jelas, tetapi juga disertai dengan elemen visual dan musik yang menarik, sehingga mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas. Namun, meskipun keberhasilan ini terlihat jelas, penelitian ini juga menunjukkan pentingnya penambahan referensi dari Al-Qur'an dan Hadist dalam setiap pesan yang disampaikan, untuk memperkuat dasar-dasar agama yang menjadi pesan utama dakwah. Dengan demikian, audiens tidak hanya mendapatkan pesan yang kreatif dan menarik, tetapi juga memahami bahwa pesan tersebut bersumber dari ajaran Islam yang sahih. Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi potensi besar media sosial sebagai alat dakwah yang efektif, namun juga menekankan perlunya kehati-hatian dalam menjaga integritas pesan – pesan dakwah yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nur. 2016. "Pengembangan Masyarakat Menuju Harmonisasi Masyarakat Islam." *CommunityDevelopment* 1: 24. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/comdev/article/download/2573/pdf>.
- Arradian, Danang. 2022. "Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Dunia Dan Indonesia."
- Asrizallis. 2024. "Konsep Dakwah Dan Media Sosial: Sebuah Studi Fenomenologi." *Journal Of Social Science Research* 4 (3): 6427 – 42.
- Aziz, Moh. Ali. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Gatha Daffa Wichaksana, Sarwo Edy, and Didi Permadi. 2022. "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Komunikasi Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Imitatif Mahasiswa FISIP Universitas Pancasakti Tegal." *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 2 (1 SE – Articles): 75 – 89. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v3i1.3164>.
- Karim, Abdul. 2016. "Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang." *IAIN Kudus : At-Tabsyir* 4 (1): 157 – 72.
- Kosasih, Engkos. 2019. "Literasi Media Sosial Dalam Pemasarakatan Sikap Moderasi Beragama Social Media Literacy on Socializing Religious Moderate Action." *Jurnal Bimas Islam* 12 (1): 264 – 96.
- Maulan, Rikza, and Muhammad Choirin. 2021. "Hukum Dakwah Dalam Surat Ali Imran : 104 Perspektif Mufassir Klasik Dan Modern." *Diya' Al-Afkar Jurnal Studi Al-Qura'an Dan Al-Hadis* 19 (2): 349 – 66.
- Mutia Annur, Cindy. 2023. "Pengguna Instagram RI Tembia 100 Juta Orang per April 2023, Terbanyak Ke – 4 Di Dunia."
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Edited by Nunik Siti Nurbaya. 4th ed. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurfitriya, Syintia, and Arzam Arzam. 2022. "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media." *An-Nida'* 46 (1): 88. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>.
- Prasetya, Bagus, and Andini Nur Bahri. 2023. "Makna Pesan Dakwah Komunikasi Visual Pada Akun Instagram '@qomikin' (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)." *Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora* 4 (4): 19 – 40. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v4i4.337>.
- Pratama, Deste, Markhamah, Atiqa Sabardila, and Agus Budi Wahyudi. 2022. "Types of Directive Speech Acts and Prophetic Values on Instagram Account @Qomikin."

Proceedings of the International Conference of Learning on Advance Education (ICOLAE 2021) 662 (Icolae 2021): 671 – 76.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.220503.066>.

- Qudratullah. 2019. "Media Massa Sebagai Sarana Dakwah Kontemporer." *Jurnal Al-Hikmah: Jurnal Dakwah* 13 (2): 217.
<https://www.bing.com/search?q=dakwah+qudratullah&cvid=39fc3a2ff4e2463dbd9349250a0ed88f&aqs=edge..69i57.5273j0j9&FORM=ANAB01&PC=ASTS>.
- Sobirin, Muhammad Syahrus. 2018. "Hadis – Hadis Tentang Media Dakwah." *Jurnal Dakwah Tabligh*, 1 – 15.
- Thoifah, I'anut. 2022. *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Millenial*. Malang: UMM Press.
- Ummah, Nurul Hidayatul. 2022. "Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 10: 151 – 69.
- Wibowo, Adi. 2019. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03 (02): 339 – 56.
<https://jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141>.
- Wildan, Muhammad, and Fahmi Irfani. 2024. "Pengaruh Kreativitas Ilustrator Pada Akun Instagram @qomikin Terhadap Minat Berdakwah Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan Tahun 2019." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4 (3): 1037 – 43.
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.742>.
- Yusuf Afandi. 2023. "Kolaborasi, Kreatifitas Dan Keamanan: Aktivitas Dakwah Habib Jafar Di Youtube." *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5 (2): 30 – 44. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2200>.
- Zaini, Ahmad, and Dwy Rahmawati. 2021. "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 8 (1): 162.
<https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>.