

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Nama instagram berasal dari insta dan gram, “insta” yang berasal dari kata instant dan “gram” yang berasal dari telegram, dapat disimpulkan dari nama nya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. Salah satu yang unik dari Instagram adalah foto yang berbentuk persegi, ini terlihat seperti kamera paraloid dan Kodak Instamatic bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Selain itu media sosial Instagram ini sendiri menyuguhkan banyak fitur selain bisa membagikan foto atau video ada juga fitur seperti like, coment dan juga filter yang dapat di gunakan penggunanya untuk editing foto atau video sebelum di bagikan kepada masyarakat luas melalui aplikasi instagram (Prihatiningsih, 2017).

Instagram sekarang menjadi platform yang dibidang dapat membranding penggunanya untuk mencari pengikut sebanyak-banyaknya dan bisa dikenal seluruh dunia. Sehingga dari instagram ini sendiri menjadikan bukti bahwa kita bisa di kenal banyak orang tidak hanya melalui TV. Salah satu contoh dari berbagai pengguna instagram yang banyak sekali dan sangat beragam ada juga akun instagram yang bisa di katakan menjadi salah satu akun yang dapat kita jadikan kiblat untuk menjadi lebih baik dan

paham tentang agama Islam melalui pesan dakwahnya adalah akun instagram Habib Jafar yaitu *@husein_hadar*.

Habib Jafar adalah salah satu orang yang mulia dan bisa di bilang sebagai salah satu Habib sangat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi, Habib Jafar sendiri memiliki banyak sekali pengikut dari awal pembuatan akun pada bulan desember 2017 hingga saat ini memiliki 3,9 juta pengikut dan sudah membagikan postingan sebanyak 1.835 kali, selain itu akun Habib Jafar ini sendiri telah terferifikasi sejak april 2020 yang berarti akun ini asli milik Habib Jafar dan memiliki banyak sekali pengikut. Selain itu beliau sudah berkali-kali menyampaikan informasi yang sangat berguna bagi masyarakat luas melalui berbagai media sosial salah terutama media sosial Instagram. Habib Jafar memutuskan untuk menggunakan beberapa sosial media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwahnya karena tujuan utamanya adalah menjangkau generasi muda yang hampir setiap hari menggunakan media sosial. Untuk menyebarkan pesannya, Habib Husein Ja'far Al Hadar tidak hanya menggunakan Instagram namun hampir semuanya seperti Facebook, Twitter dan Youtube (Prihatiningsih, 2017).

Dalam akunnya beliau suka membagikan cerita kesehariannya dalam bentuk konten dan juga tidak lupa dari pesan dakwahnya, pada akun *@husein_hadar* beliau sering sekali memberikan informasi maupun pesan dakwah yang sangat berguna untuk keseharian kita. Selain membagikan tentang informasi akun, beliau juga sering membagikan ilmu-ilmu agama

yang di kemas dalam *reels* instagram, tidak melulu tentang dakwah dan ilmu agama akun instagram @husein_hadar juga sering membagikan cerita tentang komedi yang lucu untuk mewarnai akunnya, jadi semua pengikutnya tidak melulu tentang dakwah dan agama tetapi dapat melihat kelucuan beliau dengan teman-temannya yang sering di ajak untuk membuat *content* (Iskandar & Habibi, n.d.).

Selain membagikan keseharian dan kelucuan bersama teman-temannya, Habib Jafar sendiri bisa dibilang menjadi salah satu Habib yang mengikuti perkembangan zaman, dapat dilihat dari gaya berdakwahnya yang seolah bercanda namun pesan moralnya tetap tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami oleh semua orang khususnya pengikutnya pada media sosial Instagram.

Berbeda dengan beberapa Ustad lainnya yang menggunakan media sosial salah satunya Instagram bukan untuk menyampaikan dakwahnya namun untuk flexing atau pamer kekayaan hartanya seperti contohnya itu ada Ustad Solmed (@ustad_solmed) pada akun Instagram pribadinya yang mempunyai 504ribu pengikut beliau sangat jarang memposting tentang dakwah namun beliau memposting kekayaan dan harta beliau seperti salah satunya saat mengendarai motor gede (moge) bersama istrinya, lalu ada lagi saat beliau mendantangkan salah satu mobil impian banyak orang yaitu Range Rover. Terdapat perbedaan yang sangat jelas dengan akun media sosial Habib Jafar yang banyak sekali memposting dakwah yang dicover dengan cara komedi selain itu kesederhanaan beliau juga bisa menjadi salah

satu contoh agar tidak merasa tinggi, ria, atau sombong. Selain itu juga sesuai dengan awal mula beliau bermain sosial media bertujuan untuk menjalankan dakwah online atau digitalnya.

Kemudian muncul istilah dakwah digital atau modernitas sebagai bentuk konsep dakwah baru yang pelaksanaannya menyesuaikan kondisi dan keadaan objek dakwah, baik dari segi materi, metode dan media dakwah dengan tetap memperhatikan unsur-unsur penting dari dakwah tersebut. Media dakwah digolongkan menjadi media tradisional dan modern. Media tradisional diartikan sebagai media secara tradisional yang dipentaskan didepan umum dan memiliki sifat komunikatif, sedangkan media modern diistilahkan sebagai media yang memanfaatkan fasilitas kemajuan teknologi seperti TV, radio, pers, media sosial dan lain-lain (Zulkarnaini, 2015) Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini tertatik untuk membahas penelitian dengan menggunakan judul “Analisis Isi Kualitatif Dakwah Habib Jafar dalam Akun Instagram @husein_hadar”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan tersebut, dapat disebutkan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana isi dakwah habib jafar dalam akun media sosial @husein_hadar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dalam penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui hasil analisis isi kualitatif dakwah Habib Jafar dalam akun media sosial instagram @husein_hadar.

D. Manfaat Penelitian

Dapat disebutkan mafaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Diharapkan agar nantinya penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pembaca dan berguna untuk acuan referensi bagi mahasiswa, khususnya peningkatan ilmu komunikasi khususnya dalam Analisis Isi.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini akun Habib Jafar terus memberikan ilmu agama, dakwah dan komedinya untuk seluruh masyarakat khususnya pengguna instagram dan dapat menjadi kiblat yang baik untuk pengikutnya di media sosial Instagram. Sementara agar beberapa pihak yang tertarik dalam penelitian yang sama dengan penelitian ini dapat mengambil kegunaan praktis dan manfaatnya.

E. Limitasi Peneltian (Fokus Penelitian)

Fokus penelitian yaitu inti dari yang akan diteliti dengan jelas dan tegas memberikan kemudahan kepada peneliti untuk melakukan observasi

data. Adapun fokus penelitian ini adalah analisis isi kualitatif dakwah Habib Jafar dalam akun sosial media instagram @husein_hadar

F. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Guna menghindari persamaan dalam penelitian sebelumnya, maka diadakan perbandingan terhadap penelitian yang sebelumnya. Berikut merupakan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini terdapat pada tabel.

NO	NAMA	JUDUL	SUMBER	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Rizal Pikri	Metode Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar Di Channel Youtube Jeda Nulis	https://reposit itory.uinjkt. ac.id/dspace /bitstream/1 23456789/6 5248/1/RIZ AL%20PIK RI-FDK.pdf	Habib muda yang memiliki penampilan sederhana dan berbeda dengan beberapa Habib yang malang melintang berdakwah di depan publik. Habib Jafar aktif berdakwah di sosial media Youtube yang	Memiliki persamaan membahas tentang cara dakwah Habib Jafar yang akhir akhir ini sering viral di media sosial.	Perbedaannya berada pada media sosial yang digunakan antara media sosial Youtube dan Instagram

				mengangkat isu isu yang hangat.		
2.	Ignatius Firman Firdaus,	Retrorika Dakwah Habib Husain	https://conference.untagsby.ac.id/in	Habib Husein Ja'far beliau sangat aktif berdakwah di	Memiliki persamaan pada penelitian yang	Perbedaannya penelitian ini membahas fokus

Maulana Arief, Mohamad Insan Romadh an,	Jafar Dalam Konten Pemuda Tersesat	dex.php/semakom/article/download/2683/1391	media sosial diantaranya Youtube, Tik Tok, Instagram, Twitter, dan juga media elektronik seperti TV untuk bisa menarik perhatian anak- anak muda khususnya yang awam akan Islam menjadi tertarik untuk belajar tentang Islam. Dan	membahas tentang dakwah Habib Jafar melalui media sosial	pada satu konten youtube yang berjudul Pemuda Tersesat
---	------------------------------------	--	---	--	--

				itu terbukti dari banyaknya jamaah Habib Husein yang berasal dari kalangan milenial dan bahkan dari golongan non muslim. Media sosial yang paling banyak Habib Husein gunakan adalah Youtube, Habib sering membuat konten-		
--	--	--	--	--	--	--

				<p>konten dakwah dan juga sering berkolaborasi dengan Youtuber-Youtuber terkenal. Salah satu konten channel Youtube beliau yang menarik perhatian adalah channel “pemuda tersesat”</p>		
3.	Annisa	RELEVANSI KONSEP AL-	https://jurnal.uin-antasari.ac.id	Habib Ja'far merupakan salah satu pendakwah	Memiliki persamaan pada sasaran dakwahnya	Perbedaanya pada cara pengaplikasiaanya

		<p>WASATHIY YAH DALAM BERAGAM A UNTUK GEN-Z: PERSPEKTI F HABIB HUSEIN JA'FAR ALHADAR</p>	<p>d/index.php /tashwir/arti cle/view/97 39</p>	<p>yang sering muncul diberbagai akun media digital, seperti youtube dengan konten podcast, baik di akun youtubanya sendiri maupun di akun youtube lainnya dengan berbagai pembahasan tentang dunia keislaman. Sebagai</p>	<p>untuk anak muda jaman sekarang dan yang aktif bermain media sosial</p>	<p>dengan cara podcast dengan youtuber lain</p>
--	--	--	---	--	---	---

				seorang pendakwah, ia lebih memilih untuk mendekatkan diri dan mengedukasi kaum muda tentang ajaran Islam agar tidak terjadi penyimpangan. ⁶ Habib Ja'far seringkali kolaborasi dengan tokoh-tokoh pemuka agama lain		
--	--	--	--	--	--	--

				melalui diskusi untuk mengajarkan tentang wasathiyah atau moderasi dalam beragama.		
--	--	--	--	---	--	--

Pertama, salah satu penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan yaitu penelitian dari Rizal Pikri yang berjudul “Metode Dakwah Habib Husein Ja’far Al Hadar Di Channel Youtube Jeda Nulis” penulis menjadikan penelitian tersebut referensi karena pada penelitian ini mempunyai kesamaan yang diteliti, yaitu membahas tentang cara berdakwah Habib Jafar.

Kedua, pada penelitian yang di tulis Ignatius Firman Firdaus, Maulana Arief, Mohammad Insan berjudul “Retrorika Dakwah Habib Husain Jafar Dalam Konten Pemuda Tersesat” pada penelitian tersebut terdapat kesamaan objek media sosial sebagai penelitiannya. Dimana media sosial ini menjadikan acuan penulis karena konsep yang begitu relevan antara penelitian ini dengan penelitian yang sedang di kerjakan oleh penulis.

Ketiga, penelitian yang sudah dilakukan oleh Annisa yang mempunyai judul RELEVANSI KONSEP AL-WASATHIYYAH DALAM BERAGAMA UNTUK GEN-Z: PERSPEKTIF HABIB HUSEIN JA’FAR ALHADAR, walaupun penelitian ini terdapat perbedaan yang begitu kontras, tetapi kesamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama sama menjalankan dakwah untuk generasi muda.

2. Kerangka Teori

a. Instagram Sebagai Media Sosial

Instagram secara sederhana didefinisikan menjadi aplikasi handphone berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat edit, posting maupun foto atau video pada halaman utama instagram

atau jejaring sosial lainnya. Foto atau video nanti bisa dibagikan dan terlihat pada *feed* pada pengguna lainnya.

Instagram berawal dari bisnis *startup* bernama Burbn, Inc yang di kendalikan Kevin Systrom dan Mike Krieger. Saat dikendalikan instagram berkembang dengan sukses membuat monster sosial media sebelah yaitu facebook harus mengakui kekalahan dan akhirnya mau membeli dengan harga yang fantastis \$1 miliar dan telah di akuisisi pada 9 April 2012 (Sari & Basit, 2020).

Menurut (Pujasari Supratman et al., n.d.) Instagram memiliki dasar-dasar untuk penggunanya yang dapat digunakan, dasar tersebut sebagai berikut.

1. Feed

Fitur ini memudahkan pengguna untuk melihat postingan yang sudah diunggah oleh seseorang yang sudah diikuti maupun yang belum diikuti.

2. Reels

Pengguna dapat membuat video lalu diposting atau membagikannya melalui Instagram dan otomatis akan masuk didalam Reels Instagram pribadi, Reels sendiri hanya bisa membagikan video yang berdurasi pendek yaitu hanya 3 menit namun dari pihak Instagram sendiri mau menambah durasinya yaitu selama 10 menit.

3. Popular "Tab"

Pengguna instagram dapat melakukan komunikasi dengan pengguna lain yang kita ikuti melalui unggahan foto yang mereka buat dengan cara like dan comment, sehingga bisa memunculkan notifikasi pengguna instagram lainnya.

4. Like dan Comment

Like dan comment didalam instagram adalah suatu cara pengguna untuk melihat ketertarikan dan apresiasi terhadap suatu postingan yang telah diunggah oleh pengguna lain.

5. Profile

Profile bisa dilihat melalui icon yang terletak pada pojok kanan bawah instagram. Pada saat kita tekan bisa melihat postingan atau unggahan yang pernah kita buat selama bermain instagram.

6. Posting

Posting sebuah istilah pengguna instagram pada saat kita mengunggah foto maupun video. Dengan menambahkan keterangan pada postingan yang kita unggah bisa membuat unggahan kita jadi lebih menarik lagi.

7. Tagging

Tagging adalah salah satu fitur yang bisa digunakan semua pengguna Instagram, istilah tagging adalah menandai satu atau lebih akun lainnya dengan cara menggunakan simbol @ dan ditambah username Instagram.

8. Tag Lokasi

Tag lokasi juga bisa digunakan semua pengguna Instagram untuk memberi tanda jika seseorang yang sedang memposting atau membagikan cerita sedang berada di sebuah tempat fitur tersebut berada di bagian lokasi jika ingin menambahkan tempat atau lokasi dalam sebuah postingan atau cerita.

Media sosial merupakan salah satu perkembangan internet. Jenis media sosial yang sering digunakan adalah facebook, twitter, path dan instagram. Instagram sendiri adalah suatu aplikasi yang dapat berbagi foto maupun video yang memudahkan penggunanya, adapun filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

Kegiatan pengguna instagram diwajibkan menggunakan internet. Teori CMC (*Computer Mediated Communication*) serangkaian baru tentang komunitas seputar komunikasi termediasikan komputer. Maksudnya instagram masuk pada kategori komunitas online yang telah dibentuk lewat media internet, dimana komunitas tersebut dipilih berdasarkan kesadaran dari diri sendiri dan tidak ada batas ruang dan waktu (Prihatiningsih, 2017).

i. Jaringan (*Network*)

Jaringan merupakan infrastruktur yang menyambungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini perlu dilakukan karena komunikasi bisa terjadi saat terhubung dengan komputer termasuk dalam mengirimkan data.

ii. Informasi (*information*)

Informasi adalah sarana penting dalam suatu media sosial karena para pengguna sosial media menunjukkan cara dalam berekspresi dirinya di sosial media, seperti membuat konten dan komunikasi berdasarkan informasi yang mereka dapat.

iii. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Di sosial media konten dianggap mempunyai pengaruh dan kontribusi yang cukup besar oleh pengguna dan pemilik akun. UGC adalah sebuah hubungan dianggap yang dapat menguntungkan suatu tatanan budaya di sosial media yang memfasilitasi dan memberikan kebebasan penggunanya.

b. Komunikasi

kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris “communication” mempunyai kata dari bahasa latin “communicare” (Weekly, 1967: 338). Kata “communicare” memiliki tiga arti yaitu “to make common” atau membuat sesuatu menjadi umum, “cum + munus” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah, dan “cum + munire” yaitu membangun pertahanan bersama. Sedangkan secara epistemologis (istilah), terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisit (bersembunyi) untuk menggambarkan definisi komunikasi.

Halord Lasswell komunikasi satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan. Sehingga dengan definisi tersebut

dapat diturunkan menjadi lima unsur komunikasi yang akan saling bergantung satu dengan yang lainnya.

Komunikasi Lasswell model komunikasi adalah satu arah atau biasa disebut sebagai komunikasi yang bersifat linear, dikemukakan melalui tulisannya pada 1948 melalui buku yang berjudul “The Structure and Function of Communication on Society”. Karena model komunikasi ini mempunyai pengaruh besar dalam Ilmu Komunikasi, model ini menjadi acuan model komunikasi yang lain dan digunakan hingga sekarang ini.

Komunikasi juga tidak terbatas hanya komunikasi menggunakan verbal namun juga berbentuk dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi (Cangara,2016).

Adapun beberapa tipe komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi Intrapersonal komunikasi dengan diri sendiri sebuah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu.
2. Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antar pribadi yang dimaksud disini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka atau langsung.
3. Komunikasi Publik sebuah komunikasi yang biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif,

komunikasi retorika, public speaking, dan komunikasi khalayak.

4. Komunikasi Massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang isyaratnya tertentu.

c. Komunikasi Dakwah

Menurut (Ritonga, 2019) komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu. Menurut GERAL R. MILLER komunikasi adalah situasi yang memungkinkan suatu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Hal ini menurut Miller bahwa komunikasi bukan hanya sekedar memberitahu pesan, lambang atau tanda tetapi juga mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan tertentu.

Menurut (*Komunikasi Dan Dakwah Islam - Abdul Pirol - Google Buku*, n.d.) komunikasi dakwah adalah komunikasi yang berisi pesan kebaikan dalam agama Islam. Pesan sengaja disampaikan oleh pemberi pesan kepada penerima pesan baik dalam bentuk orasi, diskusi maupun dalam bentuk lainnya sesuai dengan perkembangan zaman. Komunikasi dakwah tentunya merupakan

interaksi komunikasi positif yang mencakup aktivitas jasmani dan rohani baik dengan sentuhan massa maupun sentuhan personal dalam segi kehidupan.

Menurut (Zaini, 2013) kemajuan teknologi juga tidak bisa dihindari, ini tentu saja memaksa para penggiat dakwah untuk juga terjun menggunakannya. Dakwah yang berdiri di depan menggunakan panggung, pasifnya respon dari penonton yang hadir, asap rokok yang mengepul kini bukan lagi menjadi tren di kalangan masyarakat.

Maka dengan aktivitas komunikasi dakwah melalui media sosial akan merubah sosial kultural masyarakat, kalau selama ini jika ingin mendapat ilmu dan penerangan agama harus datang di pengajian atau di majelis taklim dengan cara berinteraksi langsung , sekarang ini dengan memanfaatkan media sosial semua orang dapat mengakses ceramah maupun dakwah kapan saja dan dimana saja sesuai dengan kebutuhan kita (Rohman, 2019).

Teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet telah berkembang dengan cepat sehingga apa yang disajikan internet begitu inovatif dan kreatif. Salah satunya adalah media sosial sebagai wadah baru dalam bertukar informasi telah merambah berbagai aspek kehidupan manusia, bukan hanya aspek sosial pada umumnya tetapi juga pada aspek yang lebih spesifik seperti aspek

religius. Hal ini mendorong munculnya berbagai aktifitas dakwah didunia vitual tidak terkecuali media sosial (Surani, 2017).

Dengan hadirnya media sosial sangat berpengaruh dalam masyarakat dan menciptakan tatanan baru dalam kehidupan sehari-hari, disamping itu dapat dikatakan aktivitas dakwah melalui media juga mempunyai efek baik, kognitif, afektif dan efek behavioral. Efek dari dakwah ini tentu selaras dengan tujuan yang akan dicapai dari pendakwah itu sendiri.

1. Efek Kognitif

Efek Kognitif adalah perubahan yang meliputi kesadaran, belajar, dan tambahan ilmu. Maka informasi yang disampaikan harus bermanfaat dan bisa mengembangkan keterampilan kognitifnya.

2. Efek Afektif

Efek Afektif ini berhubungan dengan emosional, pesaan dan sikap. Maka sikap ini harus tersampaikan jika dakwah itu melalui media sosial entah itu berbentuk foto,video, atau tulisan agar tidak menimbulkan perpecahan atau kesalah pahaman.

3. Efek Behavioral

Efek Behavioral terhubung dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu yang lebih baik. Jadi pada saat melihat postingan dakwah di media sosial dan kita

sebagai penikmat bisa mengubah dan mengikuti jalan yang benar maka dakwah tersebut berhasil membawa efek behavioral terhadap kita semua.

Dakwah merupakan penyampaian sesuatu yang mengandung hikmah pelajaran dan berbagai ajaran agama yang akan didakwahkan oleh seorang dai. Dakwah memiliki banyak makna yaitu meyampaikannya, mengajak, dan mengajarkan tentang apa yang didakwarkannya kegiatan dakwah yang dilakukan seorang dai memiliki tujuan suci dan mulia yaitu terbentuknya masyarakat yang memiliki keyakinan dan perilaku sesuai ajaran agama yang disampaikan dan terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah SWT.(Iman, 2019)

(Irta Sulastri, 2013) Dakwah tidak hanya aktivitas keagamaan surau atau rumah ibadah, dakwah ini menyentuh dan mengisi setiap sisi kehidupan. Fenomena dakwah ini dapat ditemui dalam berbagai kesempatan dan dalam berbagai peristiwa, perkembangan dakwah dapat ditandai oleh semakin luasnya wilayah yang dimasukinya dan media yang digunakannya telah meningkatnya aneka ragam bentuk acara. Serta menggunakan pendekatan yang mengarah kepada kriteria khalayak atau mad'unya.

Menurut (Widiyanti & Mujahidin, 2021) Dakwah digital bermula pada maret 2020 untuk pertama kalinya dikarenakan virus Covid-19 masuk ke Indonesia. Hal ini membuat banyaknya

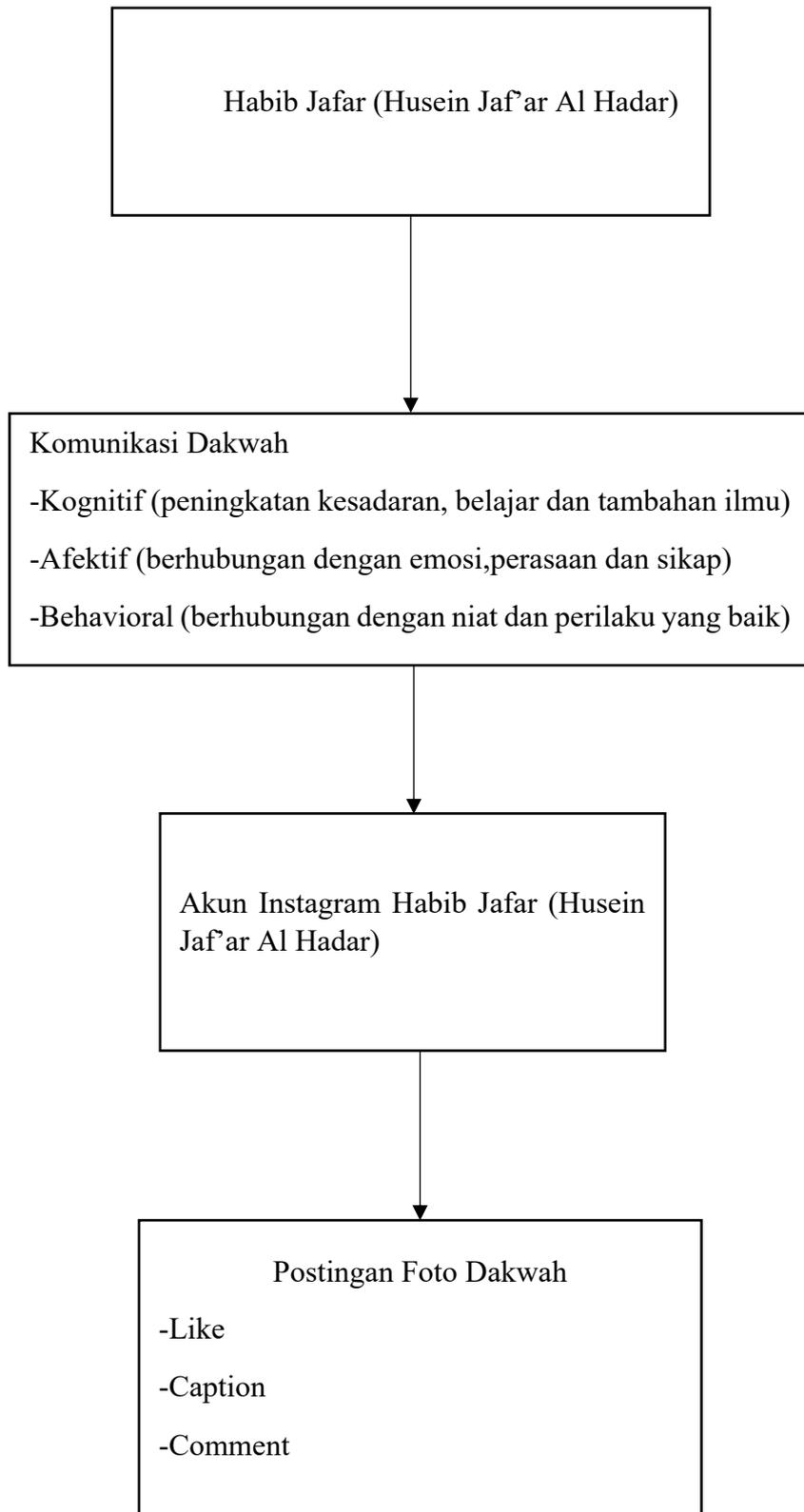
perubahan dan membuat kita harus menjalani kebiasaan baru, pembatasan sosial termasuk dalam pembatasan beribadah secara masal membuat para komunikator dakwah harus melakukan inovasi dalam berdakwah. Pembatasan sosial tersebut membuat da'i mengenal dan menggunakan media sosial seperti Facebook, Youtube, Twitter, Instagram dan masih banyak lagi, Instagram termasuk salah satu media sosial yang sekarang sudah besar dan menjadi sebuah media untuk berdakwah, salah satu da'i yang berdakwah di media sosial Instagram adalah Husein Jaf'ar Al Hadar atau lebih dikenal sebagai Habib Jafar.

3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan bagian yang penting dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang di analisis dalam penelitian. Tujuan dari kerangka pemikiran ini untuk mempermudah peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan agar dapat dijelaskan secara merinci.

Saat menyusun penelitian ini memerlukan kerangka pemikiran berguna untuk menentukan konsep dari suatu teori agar berjalan dengan baik. Kerangka pemikiran yaitu suatu model dalam menyusun konseptual bagaimana hubungan antara teori dengan masalah yang sedang diidentifikasi sebagai masalah pokok.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut.



Sumber : Peneliti

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Menurut Krippendorf (1989:404) merupakan teknik penelitian untuk membuat simpulan berdasarkan ungkapan dan konteks penggunaannya (*inferensi*) yang dapat ditiru, dan valid datanya dengan memperlihatkan konteksnya sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis isi merupakan teknik penelitian untuk membuat simpulan secara sistematis dan objektif untuk mengidentifikasi karakter tertentu dari pesan dengan memperhatikan konteksnya (Amalia Yunia Rahmawati, 2020).

Sehingga penelitian ini difokuskan untuk mengamati langsung terhadap objek yang akan diteliti. Dimana dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi berdasarkan teori Krippendorf yang akan melalui beberapa tahap yaitu: (1) Pengadaan data, menentukan analisis data yang akan diteliti. (2) Pencatatan data, peneliti akan mencatat data-data yang akan diidentifikasi lebih dalam. (3) Reduksi data, peneliti akan menghilangkan data yang tidak sesuai atau tidak diperlukan sesuai dengan yang diteliti (Amalia Yunia Rahmawati, 2020).

Menurut Sugiyono (2013) bahwasanya seseorang merupakan peneliti itu sendiri yang menjadi instrument dalam penelitian kualitatif. Dimana peneliti harus mempersiapkan teori dan menambah wawasan untuk menjadi instrumen dalam penelitian kualitatif, agar bisa

menganalisa foto, sehingga merangkai seperti apa yang sedang terjadi di sosial agar jelas. Yang mana maksud dari hal tersebut guna memperdalam data-data yang sedang ditelusuri sehingga mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan jelas.

Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Dimana yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Dalam hal ini peneliti akan mengamati dan menelaah tentang isi kualitatif dakwah Habib Jafar dalam akun Instagram @husein_hadar.

2. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian ini tepatnya pada media sosial Instagram pribadi milik Habib Jafar yaitu @husein_hadar.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Februari – September 2023 yang berarti selama 8 bulan terakhir guna menganalisis media sosial Instagram Habib Jafar.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk proses ini, agar mendapatkan data-data yang berhubungan dan diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua cara yaitu:

1. Observasi

Metode Observasi sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan keadaan atau perilaku objek sasaran. Dari pengertian teknik diatas digunakan untuk mengamati Instagram Habib Jafar selama 8 bulan dimulai dari bulan February-September guna mengetahui dakwah Habib Jafar dalam akun media sosial Instagram @husein_hadar.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mengumpulkan data atau foto (*screen shot*) yang diperlukan dalam permasalahan penelitian kemudian ditelaah secara mendalam sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dalam sebuah objek yang diteliti. Dokumentasi yang akan dipakai oleh peneliti berbentuk foto (*screen shot*) postingan atau konten yang ada pada akun Instagram Habib Jafar @husein_hadar.

3. Studi Pustaka

Pada penelitian ini menggunakan metode studi pustaka yang juga berarti teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, jurnal dan berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan oleh peneliti. Maka peneliti akan menggunakan beberapa jurnal dan buku

yang terkait tentang dakwah, media sosial, dan Habib Jafar itu sendiri untuk mendapatkan data fakta dan aktual berguna untuk mendukung penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Dalam tahap analisis yang diterapkan peneliti menggunakan proses analisis kualitatif. Pendekatan yang telah dipilih oleh peneliti karena dapat menjelaskan, menggambarkan, dan menganalisis dengan kerangka berpikir yang telah dirumuskan peneliti ini terutama untuk memberikan pengetahuan tentang studi kasus. Penelitian ini menggunakan beberapa tahapan analisis yaitu:

1. Reduksi data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Peneliti akan mengambil data sebanyak-banyaknya di postingan Instagram Habib Jafar lalu memilih beberapa postingan yang sudah memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh sang peneliti.
2. Penyajian hasil analisis data dilakukan guna memperjelas sesuatu hasil penelitian agar tergambar dengan jelas. Metode penyajian hasil analisis data dibagi menjadi dua yaitu bersifat

formal dan informal. Metode penyajian data informal adalah metode penyajian dengan menggunakan kata-kata biasa. Sedangkan penyajian formal metode dengan menggunakan lambang atau simbol. Namun peneliti lebih menggunakan penyajian data yang informal guna melengkapi data yang diteliti. Peneliti tidak hanya menyajikan kata-kata namun disertai foto berupa *screen shot* pada akun Instagram Habib Jafar lalu dijelaskan sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan.

3. kesimpulan akan ditarik oleh peneliti jika sudah memenuhi kriteria yang dicapai setelah menganalisis dengan menggunakan metode yang telah ditentukan peneliti seperti yang sudah dijelaskan oleh peneliti seperti yang ada diatas.

Selain menggunakan ketiga teknik diatas penulis juga akan menerapkan standart postingan yang akan dipilih dengan menggunakan tiga teknik yaitu teknik kognitif, afektif, dan behavioral. Penulis akan memilih beberapa postingan yang menurut penulis masuk dalam tiga kriteria yang sudah disebutkan diatas selain itu penulis juga memilih postingan yang memiliki jumlah like lebih dari 25.000 dan comment mencapai lebih dari 1.000.

Penulis akan mengambil postingan dengan kriteria yang ada diatas lalu menerapkan tiga teknik itu dengan cara melihat foto dan komentar yang ada pada satu postingan.

6. Teknik Validasi Data

Guna mendapatkan derajat kepercayaan dalam proses penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan menggunakan teknik keaslian data (validasi data) yaitu triangulasi. Menurut (Sugiyono, 2015) triangulasi adalah teknik akuisisi data yang berbeda untuk memperoleh hasil dari sumber data yang sama.

Triangulasi data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan dokumen tertulis, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data berbeda yang selanjutnya akan memberikan pandangan yang berbeda pula mengenai fenomena.

Secara garis besar, menurut (Sugiyono, 2017) teknik pengumpulan data memiliki 4 jenis yaitu, teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi (gabungan). Teknik pengumpulan data yang akan digunakan peneliti adalah teknik gabungan atau biasa disebut teknik triangulasi.