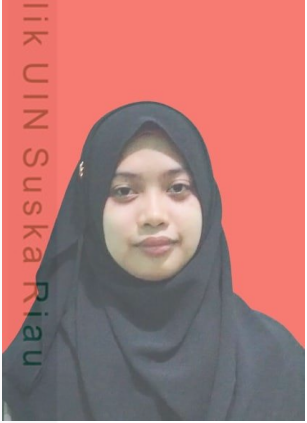


NOMOR SKRIPSI
6489/MD-D/SD-S1/2024

**ANALISIS DAKWAH MULTIMEDIA TERHADAP
EFEKTIVITAS DAKWAH PADA
AKUN @arroyan_unri**



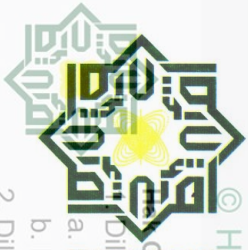
SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh:

NURUL PITRI HASANAH
NIM.12040425278

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
 Telepon (0761) 562051 ; Faksimili (0761) 562052
 Web : <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Analisi Dakwah Multimedia Terhadap Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyan_unri** yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Pitri Hasanah
 NIM : 12040425278
 Prodi : Manajemen Dakwah

telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Selasa
 Tanggal : 19 Maret 2024

dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.


Pekanbaru, 26 Maret 2024

Tim Penguji

Sekretaris/Penguji 2

Ketua/Penguji 1


Khairuddin, M.Ag
 NIP. 19720817 200910 1 002


Muhlasin, S.Ag., M.Pd.I
 NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji 3

Penguji 4


Zulkarnaini, M.Ag
 NIP. 19710212 200312 1 002


Muhammad Soim, S.Sos.I, MA
 NIP. 19830622 202321 1 014

Mengetahui
 Dekan,



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A
 NIP. 19811118 200901 1 006

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pelanggaran hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pelanggaran tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Diperoleh dari Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dakwah Online: Analisis Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyan_unri

Disusun oleh;

Nurul Pitri Hasanah
NIM. 12040425278

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal:
29 Januari 2024

Pekanbaru, 30 Januari 2024
Pembimbing,

Prof. Dr. Masduki, M. Ag
NIP. 197106 12199803 1 003

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, S.Ag., M. Ag
NIP. 19720817 200910 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 27 Februari 2024

Empiran : 1 Berkas
Hal : Pengujian Skripsi
Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di
Tempat

Assalam'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Dengan Hormat, setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama : **Nurul Pitri Hasanah**
NIM : 12040425278
Prodi : Manajemen Dakwah

dapat diajukan menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **Dakwah Online: Analisis Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyan_unri.**

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalam

Pekanbaru, 30 Januari 2024
Pembimbing,

Prof. Dr. Masduki, M. Ag
NIP. 197106 12199803 1 003

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, S.Ag., M. Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN, Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

d. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

g. Pengutipan harus mencantumkan dan menyebutkan sumber.

h. Pengutipan harus dilakukan dengan cara yang benar.

i. Pengutipan harus mencantumkan dan menyebutkan sumber.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : **Nurul Pitri Hasanah**
 NIM : 12040425278

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **Dakwah Online: Analisis Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyyan_unri** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

Pekanbaru, 27 Februari 2024
 Yang membuat pernyataan,



Nurul Pitri Hasanah
 NIM. 12040425278

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Nurul Pitri Hasanah
Departement : Manajemen Dakwah
Judul : Analisis Dakwah Multimedia Terhadap Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyan_unri

Penelitian ini menganalisis efektivitas dakwah online melalui media sosial yang dilakukan oleh salah satu organisasi dakwah Ukmi Ar Royyan (Unit Kegiatan Mahasiswa Islam Ar Royyan) melalui salah satu platform media sosial populer Instagram dengan nama akun @arroyan_unri. Saat ini dakwah tidak lagi hanya dapat dinikmati oleh kelompok tertentu, pada waktu tertentu dan di tempat tertentu. Di era teknologi ini, siapapun bisa merasakan manfaat dakwah, kapanpun dan dimanapun melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif dakwah melalui akun Instagram yang dilakukan oleh Ukmi Ar Royyan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan dua teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi postingan konten Instagram @arroyan_unri dengan total 15 postingan konten pada tanggal 26 Maret hingga 27 Juni 2023 dan kuesioner yang disebar secara online kepada 45 responden yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data untuk memperkuat hasil efektivitas pemberitaan media sosial yang dilakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dokumentasi berupa postingan konten Instagram @arroyan_unri mendapatkan *engagement* yang tinggi pada postingan tentang pendidikan dan rata-rata yang diperoleh melalui perhitungan rumus sederhana $P = F/N \times 100\%$ adalah 45% dan berkategori Baik . Hal ini sejalan dengan hasil data kuesioner yang dihitung menggunakan skala likert yang diperoleh hasil sebesar 75% dengan kategori efektif.

Kata Kunci: Dakwah Multimedia, Dakwah Instagram, Efektivitas Dakwah, Ukmi Ar Royyan, @arroyan_unri



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Nurul Pitri Hasanah
Departement : Management of Dakwah
Judul : Analysis Da'wah Multimedia of Effectiveness of Dakwah on Account @arroyan_unri

This research analyzes the effectiveness of online da'wah through social media carried out by one of the Ukmi Ar Royyan da'wah organizations (Ar Royyan Islamic Student Activity Unit) through one of the popular social media platforms Instagram with the account name @arroyan_unri. Recently, da'wah can no longer only be enjoyed by certain groups, at certain times and in certain places. In this technological era, anyone can feel the benefits of da'wah, anytime and anywhere through social media. This research aims to find out how effective da'wah is through the Instagram account carried out by Ukmi Ar Royyan. This research uses a descriptive quantitative method with two data collection techniques, namely documentation of Instagram content posts @arroyan_unri with a total of 15 content posts from March 26 to June 27 2023 and a questionnaire distributed online to 45 respondents. This research uses two data collection techniques to strengthen the results of the effectiveness of social media preaching carried out. The results of this research show that documentation in the form of Instagram content posts by @arroyan_unri received high engagement on posts about education and the average obtained through a simple formula calculation $P = \frac{F}{N} \times 100\%$ was 45% and was categorized as Good. This is in line with the results of the questionnaire data which was calculated using a Likert scale and obtained a result of 75% in the quite effective category.

Keywords: *Da'wah Multimedia, Instagram Da'wah, Effectiveness of Da'wah, Ukmi Ar Royyan, @arroyan_unri*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas hidayah, rahmat dan anugerah kesehatan serta kesempatan yang diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan umat serta pembawa panji-panji kebenaran dan pembaharuan bagi kehidupan umat manusia. Selesaiannya penulisan skripsi dengan judul “Analisis Dakwah Multimedia Terhadap Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyan_unri” tidak terlepas dari keterlibatan banyak kalangan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya peneliti mengakui banyak menemukan kesulitan dan hambatan terutama dalam pengumpulan literatur bahan dan pengolahan data. Namun, berkat bimbingan dari berbagai pihak, dorongan, masukan serta support yang selalu diberikan, alhamdulillah, karya ilmiah ini dapat selesai dengan baik.

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada semua pihak-pihak yang telah bersedia membantu dalam penulisan selama ini. Terutama kepada kedua orang tua peneliti, Ayahanda tercinta Norden dan Ibunda tercinta Dahliawati yang telah memberikan dukungan baik materi, moral, serta doa yang tulus selama hidup dan menempuh pendidikan. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan secara khusus ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag.
2. Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Prof. Dr. Masduki M.Ag dan Dr. H. Arwan, M.Ag. selaku Wakil Dekan I dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Khairuddin, M. Ag selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah dan Muhlasin, M.Pd.I selaku Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Prof. Dr. Masduki M. Ag selaku Pembimbing. Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada peneliti dari awal hingga akhir bimbingan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen serta pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau.
6. Nur Padila Hasanah dan Nasti Pirda Hasanti (adik) yang selalu memberikan dukungan dan semangat walaupun jarak saat ini memisahkan kita.
7. Ristiani Hastuty, Serly Ananda, Eca, Shally Putri Amanda atas dukungan dan bantuannya walaupun kita terpisah jarak, terimakasih atas dukungan kalian.
8. Teman-teman seperjuangan kelas A bilingual Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan.
9. Sahabat di komunitas muslimah yang selalu mendukung dan memberikan semangat yang tiada henti hingga saat ini Kak Iska, Kak Depi, Nadiya, Kak Erska, Kak Rani, Kak Ila, dan masih banyak lagi yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
10. Tim KKN (kuliah kerja nyata) dan PKL (praktek kerja lapangan) yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen Dakwah Angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan Namanya satu persatu.
12. Eka Apriliana selaku PJ Digital Ar Royyan Unri atas bantuannya dalam menyelesaikan penelitian ini untuk mendapatkan data yang diperlukan ditengah kesibukan beliau.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, peneliti masih menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik isi, bahasa, teknik penulisan, ketelitian, kerapian dan metodologi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi peneliti perlu kiranya diberikan demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Terakhir, hanya kepada Allah SWT lah semua

dikembalikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 28 Januari 2024
Penulis,

NURUL PITRI HASANAH
NIM.12040425278



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta dilindungi undang-undang. UIN Suska Riau. Syarif Kasim

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
1. Dakwah Multimedia	5
2. Efektivitas Dakwah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan	6
BAB I : PENDAHULUAN.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	6
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	6
BAB IV : GAMBARAN UMUM.....	7
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	7
BAB VI : PENUTUP	7
DAFTAR PUSTAKA	7
LAMPIRAN.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Terdahulu.....	8
B. Landasan Teori.....	10

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dakwah Multimedia	10
2. Media Online	10
3. Efektivitas Dakwah	11
4. Instagram	14
3. Instgram Sebagai Media Dakwah.....	16
C. Konsep Operasional	17
D. Hipotesis.....	19
BAB III	20
METODOLOGI PENELITIAN	20
A. Desain Penelitian.....	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
C. Populasi dan Sampel	20
D. Instrumen Penelitian.....	21
1. Dokumentasi.....	22
2. Kuosioner	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
1. Dokumentasi.....	23
2. Kuosioner	23
F. Uji Validitas dan Relibialitas	23
1. Uji Validitas	23
2. Relibialitas.....	24
G. Teknik Analisis Data	24
1. Dokumentasi.....	24
2. Kuosioner	25
BAB IV	27
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	27
A. Profil Ukmi Ar Royyan.....	27
B. Akun Instagram @arroyan_unri.....	28
BAB V.....	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A.	Hasil Penelitian	30
1.	Deskripsi Dokumentasi Postingan Instagram @arroyan_unri	30
A.	Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyan_unri	46
B.	Pembahasan.....	56
1.	Analisis Data Dokumentasi	56
2.	Analisis Data Kuosioner.....	58
BAB VI	60
PENUTUP	60
A.	Kesimpulan	60
B.	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 4.1 Profil Instagram @arroyan_unri.....	27



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Akun Instagram Organisasi Dakwah Kampus di Kota Pekanbaru5

Tabel 3.1 Skala Likert22

Tabel 3.2 Kategori Nilai Presentase25

Tabel 3.3 Standar Acuan Efektivitas Litbang Depdagri26

Tabel 5.1 Postingan 130

Tabel 5.2 Postingan 231

Tabel 5.3 Postingan 332

Tabel 5.4 Postingan 433

Tabel 5.5 Postingan 534

Tabel 5.6 Postingan 635

Tabel 5.7 Postingan 737

Tabel 5.8 Postingan 838

Tabel 5.9 Postingan 939

Tabel 5.10 Postingan 1040

Tabel 5.11 Postingan 1141

Tabel 5.12 Postingan 1242

Tabel 5.13 Postingan 1343

Tabel 5.14 Postingan 1444

Tabel 5.15 Postingan 1545

Tabel 5.16 Hasil Data Pernyataan 146

Tabel 5.17 Hasil Data Pernyataan 247

Tabel 5.18 Hasil Data Pernyataan 347

Tabel 5.19 Hasil Data Pernyataan 448

Tabel 5.20 Hasil Data Pernyataan 549

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.21 Hasil Data Pernyataan 6.....	49
Tabel 5.22 Hasil Data Pernyataan 7.....	50
Tabel 5.23 Hasil Data Pernyataan 8.....	51
Tabel 5.24 Hasil Data Pernyataan 9.....	51
Tabel 5.25 Hasil Data Pernyataan 10.....	52
Tabel 5.26 Hasil Data Pernyataan 11.....	53
Tabel 5.27 Hasil Data Pernyataan 12.....	53
Tabel 5.28 Hasil Data Pernyataan 13.....	54
Tabel 5.29 Hasil Data Pernyataan 14.....	55
Tabel 5.30 Hasil Data Pernyataan 15.....	55
Tabel 5.31 Rekapitulasi Data Konten Instagram @arroyan_unri.....	56
Tabel 5.32 Rekapitulasi Jawaban Responden Dengan Skor Skala Likert	58



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu karakteristik masyarakat dalam dunia modern adalah tak terpisahkannya kehidupan mereka dengan segala hal yang berbau teknologi (Hajar & Anshori, 2021). Hal ini tidak luput dari sejarah dan penemuan penting internet dalam skala global yang pada akhirnya mengubah banyak hal di seluruh dunia.

Berkat perubahan yang besar inilah terjadi juga perubahan yang besar dalam seluruh lini kehidupan manusia baik secara ekonomi, pendidikan, bahkan kehidupan sosial itu sendiri. Komunikasi yang terjadi sudah tidak lagi terbatas pada jarak dan waktu, semua bisa diatasi berkat adanya media sosial. Tidak ada istilah mustahil pada zaman sekarang, semua bisa mendapat kesempatan yang sama untuk memanfaatkan sosial media mereka termasuk dakwah.

Muncul dan berkembangnya internet membawa cara komunikasi yang baru dalam masyarakat (Watie, 2016). Opini yang dulu hanya bisa disampaikan melalui orasi dengan turun ke jalan, kini bisa disampaikan melalui sosial media. Perniagaan yang dulu dilakukan dengan menjajakan secara offline sekarang sudah bisa dilakukan secara online, bahkan dengan skala yang tidak kalah besar. Termasuk salah satunya adalah kegiatan dakwah yang dulunya dilakukan melalui mimbar-mimbar masjid, sekarang dapat dilakukan melalui media sosial.

Media sosial sekarang ini adalah tempat di mana kita bersosialisasi, bukan hanya berkomunikasi (*How the World Changed Social Media*, 2016). Sosial media dapat dilihat sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari dengan cara yang sama seperti yang kita pahami sekarang tempat percakapan telepon sebagai bagian dari kehidupan nyata dan bukan sebagai ruang terpisah (*How the World Changed Social Media*, 2016). Dari pernyataan ini dapat kita lihat bagaimana media sosial sudah terikat dengan kehidupan sosial dan tidak dapat dipisahkan begitu saja.

Menurut laporan dari *We Are Social*, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167 Juta orang pada Januari 2023 yang mana jumlah ini setara dengan 60,4% populasi di dalam negeri. Jika dilihat pada grafik yang ditampilkan dari *We Are Social* dapat dilihat bahwa pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 sebenarnya mengalami penurunan dibandingkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan pengguna media sosial pada Januari 2022 sebanyak 12,57%. Adapun waktu yang dihabiskan bermain sosial media di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya dan menjadi angka tertinggi kesepuluh di Indonesia.

Gambar 1.1

Grafik Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia



Sumber: *We Are Social: Indonesian Digital Report 2023*

Melihat bagaimana kehidupan sudah tidak lagi sama seperti sebelumnya dan sangat bergantung pada sosial media, tentu setiap aktivitas di dunia ini mulai memanfaatkan sosial media untuk memperluas jangkauannya. Dalam hal ini, dakwah menjadi salah satu aktivitas yang mau tidak mau harus menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada.

Dakwah yang pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat luas (Jundu Rohman' & Effendi, 2022) tentu memiliki keterikatan yang kuat dengan sosial media, karena dengan memanfaatkan sosial media pesan dakwah yang ingin disampaikan dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Meski ada beberapa perbedaan pengertian dari para ulama, namun hakikatnya tetaplah sama, dakwah merupakan ajaran islam yang harus disebarluaskan. Dalam menyebarkan dakwah islam, ada dua metode yang dapat dipakai yaitu metode dakwah kultural dan dakwah kontemporer (Arifin, 2006). Diantara kedua metode ini, dakwah kontemporer adalah metode dakwah yang cocok digunakan pada masyarakat perkotaan yang memiliki akses internet lebih karena dilakukan menggunakan teknologi modern (Arifin, 2006).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di antara beberapa media dakwah sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ataupun Tiktok, tidak semua dapat digunakan secara efektif. Semua tergantung tujuan pemakaian, target mad'u, dan siapa yang menggunakan. Ketika yang memakai adalah generasi z, tentu mereka tidak nyaman memilih Facebook sebagai media dakwah, mereka lebih memilih Instagram atau Tiktok. Jika Dai yang memakai adalah perorangan atau kelompok kecil, youtube bukanlah pilihan yang tepat, meski dapat digunakan oleh siapa saja, namun youtube butuh dikelola secara professional agar pesan dakwah yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Biasanya, di antara banyak pilihan media sosial, Instagram adalah pilihan yang aman. Dapat digunakan siapa saja dan pengelolaannya yang relatif mudah. Jika dapat mengelola Instagram dengan baik dan memiliki *branding* yang unik, maka Instagram bisa menjadi ladang dakwah yang tepat.

Instagram berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan “foto instan”. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirim informasi kepada orang lain dengan cepat (Untari & Fajariana, 2018). Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smart Phone* berupa media sosial yang memiliki fungsi yang hampir sama seperti Twitter, namun Instagram lebih dikenal dengan fitur untuk mengupload foto dan video. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi para penggunanya serta meningkatkan kreativitas karena Instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto lebih bagus, indah, dan estetik (Atmoko, 2012).

Melihat dari definisi yang telah dipaparkan, wajar saja jika Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan dan menjadi salah satu media dakwah hari ini. Dalam buku *Dakwah Multimedia*, penulis memaparkan hasil riset dari Kristina mengenai ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan internet, terutama pada anak dan remaja. Pada masa pandemi ketergantungan terhadap internet meningkat pesat hingga berada pada angka 19,3% dengan rata-rata penggunaan 11,6 jam per harinya dan waktu paling banyak dihabiskan dalam menggunakan sosial media (Alhidayatillah dkk., 2020).

Hubungan masyarakat dengan sosial media seperti dua mata pisau, bisa menjadi hal yang positif namun dapat memberikan pengaruh negatif juga. Meski begitu, kedua hal ini tidak dapat dipisahkan sama sekali dan membuat para dai melakukan terobosan baru dengan menggunakan berbagai media untuk berdakwah. Tidak dapat kita pungkiri, saat ini dakwah melalui media



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

online sangat digemari oleh pemuda. Bahkan ada yang menjadi penggiat dakwah online. Melalui tangan handal para kreator muda, dakwah dapat dinikmati dengan cara yang berbeda, selain tampilannya lebih menarik, materinya sampai, juga tepat sasaran.

Hal ini sudah banyak dibuktikan oleh para da'i yang memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya, sebut saja Ustadz Felix Siauw yang memiliki 5.2 juta *followers* di Instagram, Ustadz Hanan Attaki dengan 9.5 juta *followers* di Instagram, Ustadz Abdul Somad dengan 7.3 M *followers* di Instagram. Tidak hanya Instagram, media sosial lain juga dimanfaatkan oleh para da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya. Tidak hanya para da'i, hal yang sama juga dilakukan oleh banyak komunitas hijrah bahkan organisasi-organisasi dengan lingkup yang lebih kecil seperti yang ada di lingkungan kampus.

Salah satu organisasi yang memiliki *feed* Instagram yang kreatif dan menarik adalah Unit Kegiatan Mahasiswa Islam (UKMI) Ar Royan dimana mereka memiliki Instagram dengan nama akun @arroyan_unri dengan 10.6k *followers* dan 2.188 postingan. Saat kita melihat tampilan Instagram Ukmi Ar Royan, kita dapat melihat bagaimana mereka berusaha mengelola Instagram sebagai salah satu media dakwah secara kreatif.

Dengan jumlah *followers* yang cukup banyak dan rajin memposting postingan dakwah di Instagram tentu ada harapan agar setiap postingan dapat memberikan pengaruh kepada *followers*, karena pada dasarnya dalam komunikasi, efek atau perubahan diharapkan terjadi pada komunikan, tidak hanya pada satu orang namun juga pada khalayak ramai. Karena dengan banyaknya orang yang menerima pesan dari komunikator yang disampaikan inilah bentuk efektivitas yang terjadi, hanya dengan satu akun, ada banyak komunikan yang mendapatkan efek atau pengaruh dari yang diposting atau disampaikan.

Efektivitas dari sebuah postingan di Instagram dapat dilihat dari jumlah like, komen, dan peningkatan jumlah *followers*. Sebuah akun jika tidak dikelola dengan baik dan kreatif tentu tidak akan mendapatkan peningkatan yang diharapkan.

Berikut beberapa akun organisasi dakwah kampus yang ada di Pekanbaru diurutkan dari jumlah *followers* terbanyak, diantaranya:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1

Akun Instagram Organisasi Dakwah Kampus di Kota Pekanbaru

No.	Akun Instagram	Jumlah Followers
1.	@arroyan_unri	10.600
2.	@ukmi_alfatah	3.580
3.	@fkii.asysyams_uinsuska	2.696
4.	@ukmialkahfiuir	1.910

Sumber: Data Olahan Peneliti, April 2023

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa bagaimana efektivitas dakwah pada akun @arroyan_unri dengan judul **“ANALISIS DAKWAH MULTIMEDIA TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH PADA AKUN @arroyan_unri.”**

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan penulisan, penulis akan menjelaskan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, penegasan istilah yang digunakan yaitu:

1. Dakwah Multimedia

Dakwah Multimedia merupakan terobosan baru bagi para mubaligh untuk dapat melakukan aktivitas dakwah mengingat para mubaligh selama ini melakukan aktivitas dakwahnya hanya sebatas di mimbar saja (Arifin, 2006). Diantara berbagai jenis media, dakwah multimedia mencakup media cetak, media radio, televisi, seluler, film, media sosial.

2. Efektivitas Dakwah

Agung Kurniawan memberikan argumentasinya mengenai efektivitas yaitu, kemampuan dalam melaksanakan tugas dan fungsi suatu badan instansi, organisasi, dan lembaga lain yang tidak ada tekanan dalam menjalankannya. Dalam kamus umum bahasa Indonesia efektivitas merupakan keterangan yang artinya ukuran keberhasilan dalam mencapai suatu hal (Alhidayatillah dkk., 2020).

Begitu juga dengan dakwah, dakwah akan dianggap efektif apabila mendapatkan efek yang baik dalam bentuk apapun. Bisa berupa perubahan perilaku mad'u, meningkatnya jumlah mad'u, atau menyebar luas opini dakwah yang disampaikan. Mad'u di sini dapat berupa siapa saja tergantung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

target dakwah dan dalam penelitian ini mad'u yang dimaksud adalah followers Instagram.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ditulis, maka permasalahan yang hendak penulis teliti apakah dakwah multimedia yang dilakukan akun @arroyan_unri melalui media sosial Instagram sudah berjalan efektif?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas dakwah jika dilakukan secara online melalui media sosial Instagram pada akun @arroyan_unri.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat praktis; diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para da'i untuk lebih kreatif dalam menyiarkan dakwah islam, agar tujuan dari dakwah dapat tercapai secara efektif terutama kepada kaula muda.
2. Manfaat akademik: Pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan kepada civitas akademi lainnya serta menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan meneliti tentang media baru (*new media*) dalam berdakwah terutama instagram.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga memudahkan untuk memahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang kajian terdahulu, landasan teori, dan konsep operasional.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, subjek dan objek penelitian, teknik

pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Berisikan tentang gambaran umum penelitian

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Dalam kajian terdahulu peneliti mengambil dari beberapa artikel ilmiah melalui jurnal online ataupun skripsi yang telah melakukan kajian serupa. Adapun tujuan dari kajian terdahulu ini untuk mengetahui letak topik penelitian yang dilakukan oleh penulis serta menghindari terjadinya plagiarisme. Beberapa judul artikel yang digunakan penulis sebagai kajian terdahulu sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Elsa Carinta Putri yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram@Nunuzoo)”. Meski memiliki judul yang hampir sama, namun ada perbedaan yang cukup jelas dalam penelitian ini yaitu subjek yang akan diteliti. Subjek yang diteliti oleh Elsa Carinta adalah akun Instagram @Nunuzoo yang berdakwah melalui Instagram dengan memposting video dakwah komedi.

Penelitian ini juga menggunakan teori efek komunikasi massa (*effect theory*) oleh Schramm dan Roberts (1997) dan konsep efektivitas oleh Stewart, L Tubbs dan Silvia Moss (2000). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanasi survei. Dengan pengambilan sampel menggunakan jenis random sampling dengan rumus slovin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang sangat kuat dan positif antara penggunaan media sosial (X) terhadap efektivitas dakwah (Y) dibuktikan dengan $r = 0,802$. Dan kontribusi yang diberikan variabel X (pengaruh penggunaan sosial media) terhadap variabel Y (efektivitas dakwah) sebesar 64,3%.

Perbedaan dari skripsi ini adalah metode yang digunakan, karena skripsi ini membahas mengenai pengaruh tentu metode yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, berbeda dengan skripsi ini yang menggunakan metode kuantitatif sederhana.

2. Artikel yang ditulis oleh Tia Nur Amrina, Zalfa Mufidah, Zidan Khoirul Azmi, dan Meity Suryandari yang berjudul “Respon Mahasiswa Iai Al Aziz Dalam Menanggapi Konten Dakwah Islam di Media Sosial Tiktok.” Dalam penelitian ini, meski variabel dan subjek yang ingin diteliti berbeda, namun kita dapat melihat bagaimana dakwah yang kini mulai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

marak disebarakan melalui sosial media dan dalam penelitian kali ini sosial media yang dipilih adalah Tiktok.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif jenis survey. Metode survey merupakan penelitian yang sumber dan data informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrument pengumpulan data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara penggunaan aplikasi tiktok terhadap responden, sebab mayoritas responden memiliki aplikasi tiktok. Meskipun mereka menggunakan tiktok hanya sebagai hiburan saja, namun video ceramah Ustad Adi Hidayat dan Ustad Hanan Attaki sering muncul di fyp mereka.

Meskipun sama-sama meneliti tentang konten dakwah media sosial namun media sosial yang diteliti adalah Tiktok, sedangkan penulis meneliti media sosial Instagram. Perbedaan lain dari penelitian ini terdapat pada pendekatan metode yang digunakan, penelitian ini sama seperti penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan asosiatif sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan observasi.

3. Skripsi yang ditulis oleh Ahada Ardi yang berjudul Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Dakwah Ustad Das'ad Latif. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif. Meskipun terdapat kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis akun Instagram dengan fitur-fitur yang ada, namun terdapat beberapa perbedaan seperti akun yang diteliti dan fokus penelitian. Karena pada skripsi ini lebih menganalisis aktivitas dakwah, sedangkan skripsi yang ditulis oleh penulis menganalisis efektivitas dakwah.
4. Skripsi yang ditulis oleh Fitri Alam Nasyroh yang berjudul “Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo.” Pada skripsi ini, terdapat kesamaan yaitu membahas tentang bagaimana manajemen sebuah aplikasi media sosial Instagram. Jika di penelitian penulis membahas pengaruh, dalam penelitian skripsi ini yang dibahas adalah analisis.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menyajikan pembahasan meliputi; bagaimana cara admin @infoponorogo mendapatkan informasi; bagaimana cara admin



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@infoponsorogo mengolah informasi; bagaimana cara admin @infoponsorogo menyampaikan informasi.

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan, yaitu: (1) Akun @infoponsorogo dalam mendapatkan informasi yaitu menentukan konten terlebih dahulu kemudian menentukan target sasaran, dan menyusun jadwal posting. (2) Akun @infoponsorogo mengolah informasi dengan melakukan penyusunan pesan berupa pemilihan foto atau video disertai pembuatan caption yang menarik. (3) Penyampaian informasi akun @infoponsorogo menggunakan fitur-fitur yang ada di instagram seperti *feed*, *instastory*, dan Instagram TV. Proses penyampaian informasi ini menghasilkan *feedback* dari *follower* berupa respon positif dan respon negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan juga fitur *insight*, *feedback* inilah yang kemudian dijadikan evaluasi akun @infoponsorogo sebagai media informasi.

B. Landasan Teori

1. Dakwah Multimedia

Menurut Abdul Kadir Munsyi, media adalah sebagai alat yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat. Menurut Arifin dakwah multimedia merupakan terobosan baru bagi para mubaligh untuk dapat melakukan aktivitas dakwah di beberapa media, mengingat selama ini dakwah yang dilakukan hanya dilakukan melalui mimbar saja (Arifin, 2006). Beberapa media dakwah yang dijadikan lahan sebagai media dakwah seperti media cetak, radio, televisi, film, iklan, dialog interaktif, seluler, dan media online. Sedangkan menurut Dr. Syamsul Maarif, M. Ag Dakwah Multimedia merupakan kerangka konseptual yang mengkaji dakwah sebagai suatu proses komunikasi yang menggunakan berbagai media atau saluran untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat. Teori ini menekankan penggunaan beragam media, mulai dari media cetak, elektronik, hingga media sosial, sebagai sarana untuk mencapai tujuan dakwah. Dengan menggunakan pendekatan multimedia, dakwah diharapkan dapat mencapai khalayak yang lebih luas dan beragam (Maarif, 2010).

2. Media Online

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, tidak dapat kita pungkiri bahwa penggunaan internet sudah menjamur di seluruh kalangan masyarakat. Tidak seperti berdakwah melalui tv atau radio yang membutuhkan uang dan koneksi yang banyak, berdakwah melalui media online jauh lebih praktis dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mudah. Menurut Moh. Ali Aziz (2004) dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah, analogi dasarnya, jika menggunakan satelit siaran tentu terlalu mahal dan sulit direalisasikan, begitupun berdakwah melalui televisi. Itulah kenapa para da'i memilih untuk melakukan dakwah secara online melalui media sosial. Mereka dapat melakukan *live streaming* serta meng upload video dakwah ke laman media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan media sosial lainnya.

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang penggunaannya bisa membuat web page pribadi, kemudian dapat saling terhubung babagi informasi dan komunikasi. Meskipun pengguna internet tersebar luas dari berbagai kalangan, namun mayoritas pengguna internet adalah millennial. Millennial adalah sebutan satu generasi berdasarkan demografi dan disebut juga generasi Y. Mereka terlahir saat revolusi teknologi informasi dan komunikasi serta jumlah populasinya cukup besar, yaitu sekitar 34% (Alhidayatillah dkk., 2020).

Generasi ini dikenal sangat ketergantungan dengan internet, senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring, dan selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka pemanfaatan teknologi mutakhir untuk memudahkan aktivitas sehari-hari (Alhidayatillah dkk., 2020). Itulah mengapa, pilihan yang tepat untuk melakukan dakwah online agar generasi seperti mereka dapat tetap menerima pesan-pesan dakwah di tengah kesibukannya dalam menjelajahi dunia maya.

Salah satu dari media dakwah adakah media online. Media online ini seperti web, media sosial, platform video yang dapat digunakan dengan jejaring internet. Media Dakwah Online, seperti situs web, media sosial, dan platform video memiliki potensi besar dalam menyebarkan pesan-pesan kepada audiens yang lebih luas dan beragam. Dalam era digital ini, media dakwah online memainkan peran kunci dalam membangun komunitas online, berinteraksi dengan audiens, dan menyediakan konten yang relevan dan menarik.

3. Efektivitas Dakwah

Secara bahasa efektivitas berasal dari bahasa Inggris *effectif*, yang berarti sesuatu yang dilakukan dengan baik atau berhasil sebagaimana yang telah dipaparkan “Efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang sudah direncanakan dengan beberapa ketentuan yang sudah ditetapkan seperti anggaran, waktu, personel sesuai dengan hal yang telah direncanakan sebelumnya” (Efendi, dikutip dalam Azhar, 2015). Sementara



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Susanto (2015) berpendapat “efektivitas merupakan daya pesan untuk memengaruhi tingkat kemampuan pesan-pesan untuk memberikan pengaruh kepada pendengar” (Susanto, 2005).

Stewart L Tubbs dan Silvia Moss (2002) memberikan pengertian efektivitas dari sudut komunikasi yang dianggap efektif apabila menimbulkan lima hal, yaitu; pengertian, kesenangan, mempengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik, dan tindakan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa efektivitas merupakan tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana perencanaan yang telah dibuat dapat terwujud.

Begitu pula dakwah yang memiliki beberapa pengertian dari beberapa ahli. Menurut Muhammad Natsir, Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi *al-amar bi al-ma'ruf an-nahy an al-munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.

Sementara Didin Hafidudin mengatakan bahwa kegiatan dakwah adalah suatu aktivitas yang mulia di mana setiap muslim dapat melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* sehingga dapat tercipta tujuan dakwah yang hakiki yakni membentuk khairul ummah. Karena pada dasarnya hakikat dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditanggung oleh para pengemban dakwah untuk mengukuhkan sasaran-sasaran dakwah agar masuk ke jalan Allah SWT. Secara bertahap menuju kehidupan yang Islami (Syafriani, 2017).

Selain menurut istilah, dakwah menurut bahasa adalah menyeru, mengajak, memanggil, mengundang, mendoakan yang terkandung di dalamnya. Artinya, menyampaikan sesuatu kepada orang lain untuk menyampaikan tujuan tertentu. Sedangkan menurut istilah, dakwah mempunyai bermacam-macam pengertian, tergantung pada tujuan yang hendak dicapainya, dan cara menyampaikannya. Dakwah bisa juga dikatakan sebagai agen perubahan manusia kearah kehidupan yang lebih baik (Syafriani, 2017).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan kegiatan untuk menyerukan tidak hanya kebaikan yang sesuai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan syariat islam namun juga mencegah kemungkaran kepada semua lapisan elemen terlepas dari usia, latar belakang, dan agamanya.

Dari beberapa pengertian para ahli, kita mendapatkan bahwa hakikatnya dakwah adalah untuk mempengaruhi mad'u ntuk mengikuti ajaran yang baik. Dan untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan dakwah atau yang kita sebut efektif tergantung pada isi informasi yang disampaikan, dan bagaimana cara da'i menyampaikan pesan dakwah dengan konsep yang menarik bagi khalayak (Zaini & Rahmawati, 2021).

Tingkat dari efektivitas itu sendiri adalah ukuran yang menyatakan seberapa jauh target dakwah (kualitas, kuantitas, waktu) telah tercapai, dimana semakin besar presentase capaian variabel target maka semakin besar pula hasil yang diperoleh (Usman, t.t.).

Menurut Joahr, et.al (2015) efektivitas media sosial dapat dilihat dari frekuensi kunjungan pelanggan (dalam hal ini adalah mad'u atau followers) terhadap suatu akun sosial media, lama kunjungan, jumlah *followers* dan *retweet* pada Twitter, *friends* dan *like* pada Facebook, *followers*, *like* dan *comment* pada Instagram serta intensitas interaksi antara pelanggan dan pelaku atau yang dapat kita katakana dalam hal ini *followers* dan admin (Jundu Rohman & Effendi, 2022).

Sedangkan menurut Stewart L Tubbs dan Silvia Moss (2022) memberikan pengertian efektivitas dari sudut pandang komunikasi, bahwa komunikasi akan dianggap efektif apabila dapat menimbulkan lima hal, yaitu (Usman, t.t.) :

- a. Pengertian, yaitu penerimaan yang cermat dari isi stimulasi dalam hal ini kita sebut pesan dakwah yang ingin dimaksudkan oleh komunikator.
- b. Kesenangan, yaitu tidak semua tujuan dari komunikasi hanya berupa pemahaman, namun juga bagaimana mengupayakan agar komunikan atau mad'u merasa senang.
- c. Memengaruhi sikap, yaitu sikap atau tindakan dari orang yang melihat postingan tersebut dapat terpengaruh atas kehendaknya sendiri.
- d. Hubungan sosial yang baik, yaitu kita saling tergantung dan menghubungkan diri dengan orang lain dalam interaksi sosial, pengendalian dan kekuasaan, serta cinta dan kasih sayang.
- e. Tindakan, yaitu hasil kumulatif dari semua proses komunikasi.

Karena dakwah merupakan proses dari komunikasi menyebarkan ajaran islam kepada khalayak ramai, maka kita dapat melihat teori efektivitas komunikasi yang dipaparkan oleh Hardjana, sebagai berikut (Hardjana, 2000):



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Penerima atau pemakai, seorang penerima pesan atau komunikasi akan dikatakan efektif jika sesuai dengan tujuan dari pesan yang ingin disampaikan.
- b. Isi pesan, sifat-sifat dari isi pesan yang ingin disampaikan oleh sebuah media agar dapat dikatakan efektif haruslah akurat, sesuai fakta, lengkap, dan jelas.
- c. Media komunikasi, pemilihan media sangat penting dalam dilakukan untuk menyalurkan pesan dari komunikator kepada komunikan, dalam hal ini dapat dikatakan dari Dai kepada Madu. Jika media tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi, kemungkinan untuk menyampaikan informasi secara lebih luas dan cepat akan lebih mudah dilakukan. Ditambah lagi dengan beberapa fitur tambahan dari media tersebut.
- d. Format pesan, sifat-sifat dari format pesan agar dapat tersampaikan langsung kepada komunikan haruslah singkat, jelas, dan menarik.
- e. Sumber pesan, yang dimaksud adalah kredibilitas sumber informasi yang disampaikan dari pesan tersebut agar penerima pesan lebih mudah menerima isi pesan tersebut.
- f. Ketepatan waktu (timing), yang dimaksud dari ketepatan waktu adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan waktu dan situasi yang tepat.

Dari beberapa teori yang telah dikemukakan oleh para ahli, dapat kita ambil kesimpulan bahwa dakwah merupakan aktivitas mengajak pada kebaikan yang mengharuskan terjadinya proses komunikasi. Dari sudut pandang komunikasi, dakwah akan dianggap efektif apabila dapat menimbulkan lima hal yaitu pengertian, kesenangan, memengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik dan tindakan.

Karena dalam penelitian ini kita tidak hanya melihat ukuran efektif dakwah melalui proses komunikasi melainkan juga bagaimana komunikasi itu berlangsung yaitu dengan memanfaatkan media dakwah online, Instagram dimana ukuran efektivitas media sosial Instagram dilihat dari frekuensi kunjungan *followers*, *like*, komen, serta interaksi antara admin dan *followers*.

4. Instagram
 - a. Pengertian Instagram

Pengertian Instagram menurut Atmoko (2012) Instagram berasal dari kata “instan” dan “gram”, instan berarti mampu menampilkan foto secara mudah dan “instan” dengan tampilan yang hampir mirip dengan polaroid



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga menjadikan instagram sangat menarik bagi para penggunanya sedangkan “gram” berarti cara kerja dari media sosial Instagram yang dapat membagikan informasi secara cepat. Atmoko juga berpendapat bahwa Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh para penggunanya sebai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption (Sutrisno & Mayangsari, 2021)

Keistimewaan Instagram terletak pada fitur-fitur yang ditawarkan olehnya. Berbagai foto dan video, komentar, *like*, *explore*, *story*, dan *reels* membuat Instagram masih memiliki tempat di hati penggunanya meski ada banyak media sosial lain yang bermunculan.

b. Fitur Instagram

1) *Home Page*

Merupakan halaman utama yang menampilkan (timeline) berita terbaru dari akun yang sudah kita *follow*. Cara untuk melihat postingan lain hanya dengan men *scroll* layar ke arah bawah.

2) *News Feed*

Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. Menu ini terletak di posisi kanan atas dan menampilkan berbagai macam pemberitahuan seperti ada orang yang baru saja mengikuti, menyukai, atau mengomentari postingan akun Instagram kita.

3) *Explore*

Menampilkan foto atau video yang paling banyak disukai serta populer. Instagram menggunakan algoritmanya sendiri untuk menentukan foto atau video mana yang akan ditampilkan dalam *explore* akun anda.

4) *Profil*

Halaman profil merupakan salah satu hal yang paling krusial dalam pembuatan akun. Pemilihan nama akun, foto profil, bio yang ditampilkan menentukan apakah orang lain akan tertarik untuk menelusuri isi Instagram kita atau bahkan mengikutinya. Untuk itu, banyak *influencer* atau pengguna Instagram yang ingin memulai karir di media sosial memperhatikan benar-benar seperti apa profil mereka akan terlihat.

5) *Instagram Story*

Ini adalah fitur untuk mengunggah foto atau video singkat yang dapat diedit semenarik mungkin dan hanya berlaku dalam 24 jam. Setelah 24 jam, video atau foto yang diunggah tidak dapat dilihat lagi, namun bisa saja



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diarsip jika kita menginginkannya. Selain mengunggah foto atau video, pada fitur Instagram story kita juga dapat melakukan *live*, hal ini sudah banyak dilakukan oleh komunitas atau organisasi dakwah untuk dapat melakukan dakwah virtual yang sifatnya lebih santai. Di dalam *live* kita juga dapat mengundang akun lain untuk melakukan *live* bersama.

6) *Direct Message (DM)*

Ini merupakan fitur untuk mengirim pesan kepada siapa saja yang kita inginkan. Tidak hanya berbentuk teks, sekarang DM sudah ada fitur *voice note*, telepon, bahkan *video call*. Dengan DM, pesan-pesan yang ingin disampaikan secara pribadi dapat tersampaikan.

7) *Caption* dan *Hashtag*

Caption berfungsi layaknya deskripsi, kita dapat menuliskan deskripsi dari foto ataupun menulis kata-kata puitis agar orang-orang tertarik untuk membaca apa yang kita sampaikan. Hal ini dibutuhkan kreativitas admin dari akun Instagram tersebut. Sedangkan *hashtag*, sebagaimana media sosial lainnya berfungsi untuk mengelompokkan sebuah postingan ke dalam kelompok tertentu agar mudah untuk ditemukan.

8) *Like*, *Komen*, *Share*, dan *Save*

Ini merupakan salah satu fitur yang terdapat dalam media sosial manapun. Namun, pada Instagram, saat pertama peluncurannya, tombol *like* yang berbentuk *love* sangat menarik perhatian para pengguna. Ini juga dapat menjadi indikasi apakah sebuah postingan yang diposting disukai atau mendapat tanggapan seperti apa dari *followers*.

3. Instagram Sebagai Media Dakwah

Keberadaan dan pemanfaatan media teknologi informasi dan komunikasi kini telah menjadi kebutuhan primer (pokok) untuk manusia. Hal ini dikarenakan tuntutan informasi dalam segala aspek kehidupan dapat dengan mudah diakses melalui internet. Kita dapat memperoleh informasi mengenai masyarakat, budaya, pendidikan, ekonomi, dan lain-lain melalui media yang dapat membuktikan banyaknya informasi dan pengetahuan yang diberikan oleh internet (Zaini & Rahmawati, 2021).

Rata-rata penggunaan telepon genggam untuk online lebih dari 18 jam dalam sehari, tidak hanya untuk telepon dan sms, tetapi juga untuk keperluan koneksi dengan internet. Sedangkan tingkat efektivitas penggunaan media online sebagai sarana dakwah islam menunjukkan bahwa penggunaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

smartphone merupakan hal yang umum dewasa ini, sehingga peluang dakwah melalui media online terbuka lebar.

Hal ini dapat terjadi karena media sosial sangat menarik minat yang besar dari masyarakat dari semua lapisan, baik anak-anak, maupun orang dewasa, karena media sosial sangat praktis dan mudah digunakan. Selain itu, keberadaan media sosial dapat mendorong komunikasi manusia dalam bentuk lisan, tulisan, audio, dan visual.

Diantara banyaknya media sosial, Instagram menjadi salah satu pilihan yang masih digemari oleh masyarakat Indonesia. Instagram menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp (Statista, 2018). Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto atau video singkat dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan tidak terkecuali para pendakwah (Nurrahmi & Farabuana, 2020).

Melihat bagaimana peluang tersebarnya informasi begitu cepat dan dalam skala yang besar melalui Instagram, sudah sepantasnya pada da'i atau aktivis dakwah serius dalam menaruh perhatian mereka untuk memanfaatkan momentum ini melalui media sosial sebagai sarana media dakwah.

Yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan untuk mengemas pesan dan menyampaikan dakwah kepada sasaran dakwah atau mad'u. Sejarah telah membuktikan bahwa media menjadi salah satu faktor keberhasilan dakwah. Jika dahulu para wali songo menggunakan wayang sebagai sarana media dakwah, maka tidak heran jika para da'i hari ini juga memikirkan cara yang sama agar dakwah dapat diterima lebih mudah dan lebih baik oleh masyarakat.

C. Konsep Operasional

Konsep operasional merupakan konsep yang digunakan untuk memperjelas kerangka teoritis. Untuk memudahkan penelitian konsep teoritis, perlu dijabarkan teoritis dalam konsep operasional.

Adapun konsep operasional dalam pembahasan ini akan diperjelas dalam bentuk indikator dan sub indikator:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1
Konsep Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sub Variabel	Skala
Efektivitas Dakwah	Penerima Pesan	Keterpahaman Pesan Dakwah	Skala Likert
		Kedalaman Pemahaman Ajaran agama	
		Dorongan untuk perubahan positif	
		Perubahan terhadap sikap dan perilaku	
	Isi Pesan	Relevensi konten dakwah dengan kehidupan sehari-hari	Skala Likert
		Tingkat kepercayaan pada informasi dan ajaran	
		Penyediaan solusi atas permasalahan umat	
	Media Komunikasi	Interaksi dengan konten dakwah	Skala Likert
		Pembentukan komunitas yang solid	
	Format Pesan	Keterpahaman Pesan Dakwah	Skala Likert
Inspirasi untuk berbuat baik			
Sumber Pesan	Keterpahaman Tujuan Dakwah	Skala Likert	
Ketepatan Waktu	Frekuensi Kunjungan	Skala Likert	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif deskriptif, hipotesis yang digunakan adalah hipotesis deskriptif. Hipotesis deskriptif merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian berupa masalah deskriptif, yakni yang memiliki variabel mandiri, di mana pada penelitian ini rumusan masalahnya adalah apakah dakwah yang dilakukan oleh akun @arroyan_unri sudah efektif? Hal ini akan diteliti dengan teori yang sudah diungkapkan sebelumnya.

H0 = Dakwah melalui Instagram yang dilakukan oleh Ukmi Ar Royan melalui akunnya @arroyan_unri belum efektif.

H1 = Dakwah melalui Instagram yang dilakukan oleh Ukmi Ar Royan melalui akunnya @arroyan_unri sudah efektif.

Hal ini akan dilihat melalui presentase dari rumus Suharsimi Arikunto yang dijabarkan dibawah:

1. Apabila hasil presentasi akhir 76% - 100% maka dalam kategori sangat efektif.
2. Apabila hasil presentase akhir 51% - 75% maka dalam kategori efektif.
3. Apabila presentase akhir 26% - 50% maka dalam kategori tidak efektif.
4. Apabila hasil presentase akhir 0% - 25% maka dalam kategori sangat tidak efektif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian tentang Analisa Efektivitas Dakwah Pada akun @arroyan_unri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dan pendekatan dari penelitian ini pendekatan kuantitatif.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada akun instagram @arroyan_unri. Adapun waktu penelitian dilakukan setelah proposal diseminarkan atau pada November 2023.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda alam yang lain (Sugiyono, 2014). Adapun dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konten dakwah pada akun Instagram @arroyan_unri.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2014).

Sampel yang akan diambil dari populasi adalah postingan konten dakwah yang di upload sejak Januari hingga Juni tahun 2023 dengan total 15 konten dakwah baik berbentuk quotes, meme, atau video dakwah.

Teknik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik yang memberikan peluang yang sama pada setiap anggota sampel. Dari beberapa jenis *probability sampling*, peneliti menggunakan teknik penarikan sampel dengan teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan tingkatan dalam populasi tersebut.

Besarnya sampel dalam penelitian ini akan ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Rumus Slovin adalah salah satu metode yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang diperlukan dari populasi tertentu. Metode ini sering digunakan dalam survei dan penelitian di berbagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bidang. Rumus ini memperhitungkan ukuran populasi dan memberikan estimasi jumlah sampel yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat akurasi tertentu.

$$n = \frac{N}{(1+(N \times e^2))}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai Presisi (15%)

Berdasarkan rumus slovin di atas maka dapat dilihat dari jumlah sampel yang dapat mewakili populasi dengan menggunakan nilai presisi sebesar 15% yang di mana berarti penelitian dengan batas kesalahan 15% memiliki tingkat akurasi sebesar 90%. Semakin sedikit populasi maka semakin tinggi nilai eror atau kesalahannya.

$$n = \frac{N}{(1+(N \times e^2))}$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{10.600}{1+10.600(0,15)^2} \\ &= \frac{10.600}{1+(10.600)(0,0225)} \\ &= \frac{10.600}{1+238,5} \\ &= \frac{10.600}{239,5} \\ &= 44,25 = 45 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan rumus slovin maka diperoleh jumlah sampel yang dapat mewakili populasi yaitu sebesar 45 orang yang akan menjadi responden. Berdasarkan rumus slovin tersebut jumlah sampel yang telah didapat dapat mewakili seluruh populasi.

D. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Karena itulah, alat instrumen yang digunakan dalam penelitian ini juga akan menggunakan dua instrumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dokumentasi

Pada penelitian ini menggunakan data yang berasal dari dokumentasi pada akun Instagram @arroyan_unri berupa konten dakwah pada postingan tanggal 26 Maret – 27 Juni 2023 berdasarkan variabel dan kisi-kisi instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto, di dalam dokumentasi peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan - peraturan, notulen rapat, dan sebagainya.

2. Kuosioner

Sumber data yang diambil selain menganalisa postingan, namun juga mengetahui pendapat followers untuk membuktikan apakah dakwah yang dilakukan oleh akun @arroyan_unri sudah efektif. Untuk itu, instrument yang akan dipakai kali ini adalah kuosioner.

Kuosioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Jawaban dari setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Setiap jawaban akan diberi skor dari 1-4.

Alasan penulis memilih skala likert karena dengan adanya empat alternatif jawaban yang diberikan mengurangi kemungkinan jawaban responden yang cenderung sama atau memilih netral. Adapun skor untuk setiap jawaban yaitu:

Tabel 3.1
Skala Li'kert

No.	Alternatif Jawaban	Kode Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	4
2.	Setuju	ST	3
3.	Tidak Setuju	TS	2
4.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, ada dua hal yang sangat mempengaruhi kualitas penelitian yaitu, kualitas instrument penelitian dan kualitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengumpulan data. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan teknik dokumentasi dan kuosioner.

1. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data melalui dokumen terkait. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mencari dan mengambil informasi dari postingan-postingan pada akun Instagram @arroyan_unri yang berupa postingan konten dakwah sejak Januari 2023 – Juni 2023 dengan total 15 konten dakwah dengan melihat variabel berdasarkan kisi-kisi instrument yang telah dibuat yang mewakili variabel penelitian.

2. Kuosioner

Kuosioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014). Kuosioner yang dibuat berupa pernyataan yang mewakili kebutuhan peneliti mengenai efektivitas yang diolah ke dalam bentuk *google form* dan disebarakan kepada *followers* akun @arroyan_unri.

Penyebaran kuosioner ini dilakukan dengan mengirimkan pesan DM (direct message) kepada *followers* berupa link *google form*. Selain melalui chat pribadi kepada *followers*, peneliti juga meminta bantuan admin akun Instagram @arroyan_unri untuk menyebarkan link kuosioner.

F. Uji Validitas dan Relibialitas

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sebuah instrument. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya sebuah kuosioner. Kuosioner yang valid berarti memiliki validitas yang tinggi pun sebaliknya. Untuk mengukur validitas kuosioner dapat dilakukan menggunakan spss atau excel dengan rumus korelasi person dengan signifikansi 5% atau 0.5.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan tidak valid.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Reliabilitas

Reliabilitas sendiri menurut Arikunto menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrument cukup dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrument itu sudah cukup baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Uji reliabilitas, digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten saat diukur ulang. Untuk uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Alpha Cronbach* pada Excel dimana instrument akan mendapatkan nilai yang tinggi apabila nilai koefisien yang diperoleh lebih dari 0.60.

G. Teknik Analisis Data

Berdasarkan penyajian sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Dari dua data yang sudah dikumpulkan berupa dokumentasi dan kuosioner, peneliti akan menjabarkan teknik analisis yang digunakan.

1. Dokumentasi

Untuk menganalisa data dokumentasi, peneliti melakukan tabulasi terhadap setiap konten yang akan dianalisis kemudian, melakukan rekapitulasi dengan memberikan persenan terhadap masing-masing variabel dari konten tersebut.

Rumus yang digunakan untuk menghitung presentase adalah menggunakan rumus sederhana milik Suharsimi Arikunto $P = \frac{f}{n} \times 100\%$

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah

Setelah mengetahui presentase dari masing-masing variabel yang terdapat pada konten, peneliti akan mendeskripsikan hasil presentase tersebut untuk melihat pada postingan mana yang lebih menarik perhatian *followers*.

Pada penelitian ini, ada lima aspek yang akan dianalisis berdasarkan teori Joahr e.al yaitu, jumlah *followers*, fitur *like*, fitur komen, isi *caption*, jumlah *view* postingan. Maka perlu ditentukan nilai rata-rata (*mean*) guna membuat kesimpulan mengenai efektivitas dakwah pada akun @arroyan_unri. Rumus yang digunakan adalah rumus rata-rata Suharsimi Arikunto:

$$X = \frac{\sum x}{\sum N}$$

Keterangan: X = Rata- rata hitung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}\sum x &= \text{Jumlah nilai kelompok} \\ \sum N &= \text{Jumlah sampel}\end{aligned}$$

Atau, untuk mempermudah mencari rata-rata, dapat menggunakan rumus excel *Average* atas setiap nilai presentase yang didapatkan dari setiap fitur. Jika diperoleh angka presentase akhir, maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kategori Nilai Presentase

No.	Presentase Batas Interval	Kategori Penilaian
1.	> 60%	Sangat Baik
2.	45% - 60%	Baik
3.	30% - 44%	Tidak Baik
4.	< 30%	Sangat Tidak Baik

Sumber: Suharsimi Arikunto 2010:57

Kategorisasi ini merujuk pada klasifikasi yang diungkapkan oleh Suharsimi Arikunto bahwa 81 – 100% termasuk kategori Sangat Baik, 61 – 80% termasuk kategori baik, 41 – 60% termasuk kategori cukup baik, 21 – 40% termasuk kategori kurang baik, dan 0 – 20% termasuk kategori tidak baik.

2. Kuosioner

Pada penelitian deskriptif kuantitatif, kuosioner yang disebarakan akan dianalisa dengan menggunakan rumus sederhana dari Suharsimi Arikunto. Dari 15 item pernyataan yang telah dijawab oleh 44 responden yang sudah dikumpulkan, selanjutnya peneliti akan menganalisa jawaban dari responden dengan beberapa cara, diantaranya:

- a. Menghitung skoring dari masing-masing jawaban responden sesuai dengan tabel skala likert yang sudah dijabarkan pada tabel 3.1.
- b. Melakukan tabulasi atas setiap item pertanyaan dengan melakukan

hitungan presentase menggunakan rumus $P = \frac{F}{N} \times 100\%$

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Membuat rekapitulasi dari semua presentase atas item pernyataan yang telah dijawab oleh responden lalu menghitung skor ideal yang didapatkan untuk mengetahui berada di kategori mana hasil dari kuosioner tersebut.

Karena menggunakan skala likert pada kuosioner ini, maka peneliti akan menghitung menggunakan rumus skala likert dengan penjelasan berikut:

- 1) Hasil skoring dari setiap pernyataan dicari nilai frekuensinya dengan rumus $T \times P_n$
 T = Total jumlah responden yang memilih
 P_n = Nilai skor pertanyaan
- 2) Sebelum mengolah data menjadi presentase, dilakukan terlebih dahulu mencari skor ideal untuk dimasukkan ke dalam rumus skala likert dengan rumus:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Nilai Skala (Skor)} \times \text{Jumlah Responden}$$

- 3) Setelah mendapatkan skor ideal, data dapat diolah menggunakan rumus skala likert, rumus skala likert:

$$\text{Presentase} = \frac{\text{Frekuensi dari setiap pernyataan}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Setelah itu akan didapatkan jumlah presentase dan dilihat hasil akhirnya dengan melihat kategori efektivitas pada acuan data Litbang Depdagri.

Tabel 3.3
Standar Acuan Efektivitas Litbang Depdagri

Rasio Efektivitas	Presentase
Sangat Efektif	76% - 100%
Efektif	51% - 75%
Tidak Efektif	26% - 50%
Sangat Tidak Efektif	0% - 25%

Sumber: Litbang, Depdagri 1991



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Profil Ukmi Ar Royyan

Ukmi Ar Royyan merupakan salah satu organisasi islam yang berada di lingkungan kampus pada tingkat universitas. Ukmi sendiri merupakan kepanjangan dari Unit Kegiatan Mahasiswa Islam dan Ar Royyan merupakan nama yang dipilih sebagai identitas dari Ukmi yang berada di Universitas Riau saat ini.

Sebagai salah satu lembaga kerohanian islam di kampus, Ar Royyan memiliki tujuan untuk mengaplikasikan minat dan bakat mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas guna kemajuan di bidang kajian keislaman serta membimbing mahasiswa untuk berperilaku islami dalam setiap kehidupan.

Sejarah asal mula perjalanan lembaga islam ini berawal dari ikatan remaja masjid bernama “Al Karima” yang berpusat di masjid Akramunnas, kampus UNRI Gobah. Namun, dalam perjalanannya ada banyak hal terjadi dan berubah hingga pada tahun 1996 melalui Kongres Mahasiswa IV terbentuklah Unit Kegiatan Mahasiswa Kerohanian Islam yang disingkat menjadi UKM ROHIS.

Tidak lama setelah terbentuknya UKM ROHIS atau tepatnya empat tahun kemudian, sebuah pemikiran lahir agar lembaga ini lebih dikenal dan digemari mahasiswa, melalui sidang umum IV UKM ROHIS pada tahun 2000, lembaga ini diubah namanya menjadi “Unit Kegiatan Mahasiswa Islam Ar Royyan” Universitas Riau.

Adapun Visi dan Misi yang digagas oleh Ukmi Ar Royyan sebagai berikut:

Visi

Ukmi Ar-Royyan bertujuan mewujudkan kampus UNRI yang agamis dan mampu bekerjasama dengan organisasi lain dan berperan serta mewujudkan masyarakat islami.

Misi

1. Membina ketaqwaan, keimanan, dan akhlak mahasiswa muslim atau civitas akademika dengan cara-cara yang sesuai dengan Al Quran dan Sunnah Rasulullah SAW yang diperhatikan sesuai dengan perkembangan zaman.
2. Menggali, mengembangkan dan memantapkan segenap potensi kemahasiswaan dan inovatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Mengembangkan kerjasama, komunikasi dan persaudaraan sesama mahasiswa muslim khususnya dan civitas akademika umumnya baik perorangan maupun lembaga.
4. Berperan aktif dalam pengembangan kegiatan dan peningkatan kualitas SDM dengan misi membawa kebaikan, menebar manfaat dan mencegah kemungkaran (Digital, 2015)

B. Akun Instagram @arroyan_unri

Ukmi Ar-Royyan bergabung dengan Instagram pada bulan Mei tahun 2015 dengan nama @arroyan_unri. Sejak memiliki Instagram pada tahun 2015 hingga saat ini akun @arroyan_unri memperlihatkan peningkatan yang lebih baik setiap tahunnya. Hal ini terbukti dari meningkatnya followers mereka hingga berada di angka 10.600 serta konsisten memposting hingga mencapai 2.230 postingan hingga saat ini.

Gambar 4.1
Profil Instagram @arroyan_unri


Sumber: Profil Instagram @arroyan_unri tahun 2023

Adapun konten-konten yang diupload oleh akun @arroyan_unri sangat bervariasi. Selain poster pengumuman atau kajian, mereka juga kerap meng *upload* konten dakwah seperti quotes, meme, dan juga video di *reels* Instagram. Adapun setiap kali memasuki periode baru, akun Instagram @arroyan_unri memiliki *feeds* dan *template* yang menarik. Hal ini tentu saja membuat siapapun yang membuka profil tersebut langsung tertarik karena kreativitas admin akun atau PJ Digimul Ar Royyan.

Instagram sendiri merupakan media dakwah yang cukup menarik untuk saat ini dan merupakan sosial media yang tepat untuk dikembangkan bagi organisasi yang berada di kampus dibandingkan dengan sosial media lainnya seperti Tiktok, Facebook, Youtube, ataupun Twitter. Hal ini disebabkan Instagram memiliki fitur yang cukup memudahkan pengguna media sosial terutama lembaga atau organisasi tertentu karena mereka bisa

menjadi *branding* atau wajah yang tepat bagi organisasi atau lembaga tersebut. Berbeda dengan Tiktok yang hanya dapat meng *upload* konten berupa video ataupun Youtube. Facebook yang memiliki fitur lengkap seperti Instagram juga belum mampu menyaingi keefektivan Instagram karena mayoritas pengguna facebook merupakan generasi Y ataupun generasi awal millennials. Berbeda dengan Instagram yang mayoritas penggunanya merupakan gen z dan generasi akhir millenials

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengukuran efektivitas dakwah pada akun Instagram @arroyan_unri data yang diperoleh oleh peneliti melalui teknik dokumentasi dan kuosioner dengan perhitungan rumus $P = \frac{F}{N} \times 100\%$ dan menggunakan rumus skala likert, maka didapatkan hasil 75% berada dalam kategori efektif dengan rentang skor antara 51% - 75%. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah multimedia dengan menggunakan media sosial terbukti efektif digunakan terlebih pada media sosial Instagram. Hal ini juga berjalan sesuai dengan hasil dari presentase dokumentasi yang mendapatkan angka 45% yang berada dalam kategori Baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti memiliki beberapa saran kepada Ukmi Ar Royyan terlebih divisi media dan digital yang mengelola akun Instagram @arroyan_unri:

1. Selama saya meneliti akun Instagram @arroyan_unri, admin Instagram cukup aktif untuk terus menerus meng upload berbagai postingan setiap harinya, baik berupa story, foto di feed, ataupun video di reels. Namun, dilihat dari banyaknya interaksi yang terjadi pada postingan berbentuk konten edukasi, tim digital Ukmi Ar Royyan mungkin bisa mempertimbangkan untuk lebih sering meng upload konten seperti itu.
2. Lebih interaktif dengan followers. Dari banyaknya jawaban yang dijawab pada kuosioner, responden banyak mengungkapkan bahwa admin Instagram @arroyan_unri kurang responsive terhadap followers. Mungkin lain kali hal ini dapat dipertimbangkan kembali, bagaimanapun dakwah melalui media sosial dan tidak bertemu langsung dengan mad'u, namun juga ternyata dapat membawa beberapa perubahan dilihat dari jawaban Sangat Setuju responden pada pernyataan tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayatillah, N., Rohayati, & Masduki. (2020). *Dakwah Multimedia*. Rajawali Pers.
- Arifin, M. (2006). *Dakwah Multimedia Terobosan Baru Bagi Para Da'i*. Graha Ilmu Mulia.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Hand Book*. Media Kita.
- Digital, P. (2015). Ukmi Ar Royyan UR. *Profil Ar RoyyanUnri*.
<https://ukmiarroyyanur.blogspot.com/>
- Hajar, S. A., & Anshori, M. S. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media. *Aksiologi : Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 62–66.
<https://doi.org/10.47134/aksiologi.v1i2.12>
- Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi: Terori dan Praktek*. Grasindo.
- How the World Changed Social Media*. (2016). UCL Press.
<https://doi.org/10.14324/111.9781910634493>
- Jundu Rohman, U., & Effendi, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Efektivitas Pesan Dakwah Pada Majelis Mulazamah Mahasiswa Mush'ab Bin Umair Di Surakarta Tahun 2022. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3, 5308.
- Marif, S. (2010). *Multimedia dalam Dakwah Islam: Media, Metode, dan Strategi*. Pustaka Al Kautsar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah Melalui Instagram. *Nyimak: Jurnal of Communication*, 04, 16.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta CV.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 05, 2. <https://doi.org/34010>
- Syafriani, D. (2017). Hukum Dakwah Dalam AL Quran Dan Hadis. *Fuaduna: Jurnal Kajian Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 01, 16–27.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*. 2(2).
- Usman, F. (t.t.). *Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah*. 1.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Zaini, A., & Rahmawati, D. (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>

LAMPIRAN

Kuisioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb

A. Pendahuluan

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (Skripsi) Strata Satu (S1) Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul Analisis Dakwah Multimedia Efektivitas Dakwah Pada Akun @arroyan_unri, maka dengan ini peneliti :

Nama : Nurul Pitri Hasanah

Nim : 12040425278

Jurusan : Manajemen Dakwah

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan teman-teman untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang teman-teman berikan dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas teman-teman. Atas bantuan responden dalam pengisian angket ini peneliti ucapkan terima kasih.

B. Identitas Responden

Nama :

Akun Instagram:

C. Petunjuk Kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut siswa/siswi anggap benar dengan menceklis () sesuai dengan ketentuan dibawah ini :

1. Sangat Setuju : SS
2. Setuju : ST
3. Tidak Setuju : TS
4. Sangat Tidak Setuju : STS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islam University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	ST	TS	STS
1	Saya secara aktif mengikuti konten dakwah dari akun instagram @arroyan_unri	33	11	1	0
2	Pesan dakwah yang disampaikan melalui akun Instagram @arroyan_unri dibuat dengan cara yang kreatif dan menarik	30	14	1	0
3	Konten dakwah dari akun @arroyan_unri mempengaruhi pemikiran dan perilaku saya	34	10	1	0
4	Pesan dakwah yang disampaikan melalui akun instagram @arroyan_unri mudah dipahami oleh saya	24	21	0	0
5	Saya pernah berinteraksi (like, komen, atau bagikan) dengan konten dakwah yang disampaikan oleh akun @arroyan_unri	27	15	2	0
6	Saya merasa konten dakwah dari akun @arroyan_unri relevan dengan kehidupan saya	17	17	7	3
7	Interaksi saya dengan konten dakwah di akun instagram @arroyan_unri membuat saya merasa lebih dekat dengan agama atau nilai-nilai spritual saya	12	20	5	7
8	konten dakwah yang disampaikan mampu menciptakan kesadaran akan pentingnya moralitas dan kehidupan sehari-hari	8	16	8	11
9	saya merasa terdorong untuk melakukan perubahan positif setelah melihat konten dakwah di akun instagram @arroyan_unri	20	18	2	4
10	Akun instagram @arroyan_unri berhasil membangun komunitas yang solid dan mendukung	14	13	8	8
11	akun instagram @arroyan_unri memiliki pengaruh dan sikap yang kuat terhadap sikap dan perilaku saya	15	10	7	11
12	saya percaya pada informasi yang disampaikan melalui akun instagram @arroyan_unri	18	10	8	9

13	saya sering membagikan konten dakwah dari akun instagram @arroyan_unri kepada teman atau keluarga	10	23	4	7
14	akun instagram @arroyan_unri memberikan solusi konkret terhadap permasalahan umat dalam kehidupan sehari-hari	5	13	20	6
15	saya merasa bahwa akun instagram @arroyan_unri menyediakan wadah yang aman untuk berdiskusi tentang isu agama	8	23	5	7

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	EFEKTIVITAS DAKWAH INSTAGRAM @arroyyan_unri															TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Resp-001	4	4	4	4	3	1	1	1	1	1	4	4	3	3	3	41	
Resp-002	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	46	
Resp-003	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	4	3	2	1	37	
Resp-004	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	1	4	1	3	1	45	
Resp-005	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	3	2	1	47	
Resp-006	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	1	1	4	3	3	44	
Resp-007	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	57	
Resp-008	3	3	3	3	3	3	1	1	3	4	1	3	3	2	1	37	
Resp-009	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	4	1	3	2	1	37	
Resp-010	4	4	4	3	3	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	42	
Resp-011	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	55	
Resp-012	4	4	3	3	4	1	3	1	4	3	2	4	3	4	3	46	
Resp-013	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	1	1	1	1	1	40	
Resp-014	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	
Resp-015	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	3	2	3	3	46	
Resp-016	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	40	
Resp-017	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	2	4	2	3	48	
Resp-018	4	4	4	3	4	2	3	1	4	1	1	4	4	2	3	44	
Resp-019	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	53	
Resp-020	4	4	4	3	3	4	1	1	1	1	1	1	1	2	3	34	
Resp-021	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	50	
Resp-022	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	2	2	1	2	2	43	
Resp-023	4	4	4	4	4	4	2	1	4	2	4	1	1	3	3	45	
Resp-024	4	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	1	2	2	3	38	
Resp-025	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	1	1	2	1	3	44	
Resp-026	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	1	1	3	49	
Resp-027	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	3	4	4	2	4	51	
Resp-028	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	56	
Resp-029	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	39	
Resp-030	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	1	2	1	2	41	
Resp-031	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	1	3	2	2	47	
Resp-032	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	1	3	44	
Resp-033	3	3	4	3	3	2	1	1	3	4	4	3	3	2	2	41	
Resp-034	2	4	2	3	2	2	3	1	1	4	3	2	4	1	2	36	
Resp-035	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	57	
Resp-036	4	4	4	4	4	3	4	3	3	1	4	3	4	3	4	52	
Resp-037	4	4	4	4	3	3	1	3	4	1	4	4	3	4	4	50	
Resp-038	3	4	4	3	4	3	3	2	4	2	2	4	3	2	3	46	
Resp-039	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	
Resp-040	4	4	4	4	3	1	1	1	4	4	4	4	3	3	4	48	
Resp-041	4	4	4	3	4	2	1	2	4	4	3	4	3	2	3	47	
Resp-042	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	44	
Resp-043	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	44	
Resp-044	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	1	3	1	48	
Resp-045	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	53	
	167	164	168	159	160	137	126	109	143	121	117	127	127	108	122		
	4	33	30	34	24	27	17	12	8	20	14	15	18	10	5	8	275
	3	11	14	10	21	15	17	20	16	18	13	10	10	23	13	23	234
	2	1	1	1	0	2	7	5	8	2	8	7	8	4	20	5	79
	1	0	0	0	0	0	3	7	11	4	8	11	9	7	6	7	73

Uji Validitas

Uji Validitas			
Pertanyaan Ke-	r-hitung	r-tabel	keputusan
1	0,480499	0,297	Valid
2	0,265636	0,297	Valid
3	0,430113	0,297	Valid
4	0,574576	0,297	Valid
5	0,629349	0,297	Valid
6	0,56581	0,297	Valid
7	0,711548	0,297	Valid
8	0,774491	0,297	Valid
9	0,511125	0,297	Valid
10	0,706393	0,297	Valid
11	0,450292	0,297	Valid
12	0,309415	0,297	Valid
13	0,3175	0,297	Valid
14	0,498929	0,297	Valid
15	0,61358	0,297	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat Riset

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmtsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/60737
 TENTANG



PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-4054/Un.04/F.IV/PP.00.9/09/2023 Tanggal 11 September 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

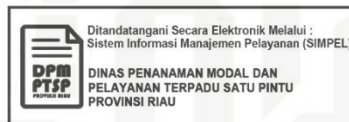
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : NURUL PITRI HASANAH |
| 2. NIM / KTP | : 12040425278 |
| 3. Program Studi | : MANAJEMEN DAKWAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : DAKWAH ONLINE: ANALISIS TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH PADA AKUN @ARROYAN_UNRI |
| 7. Lokasi Penelitian | : AKUN INSTAGRAM @ARROYAN_UNRI |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 27 November 2023



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

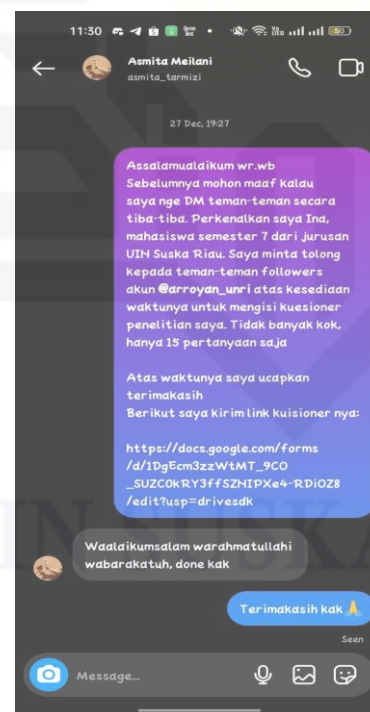
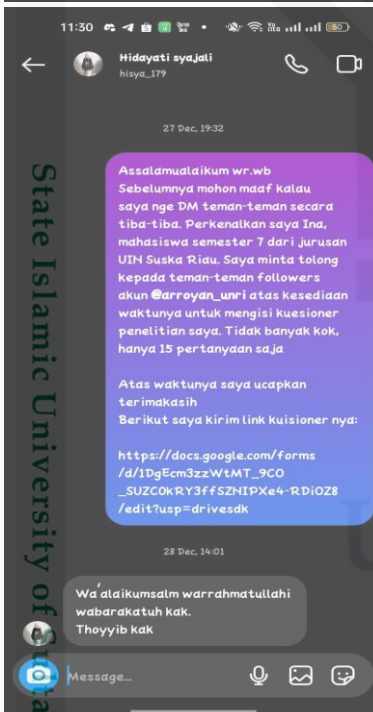
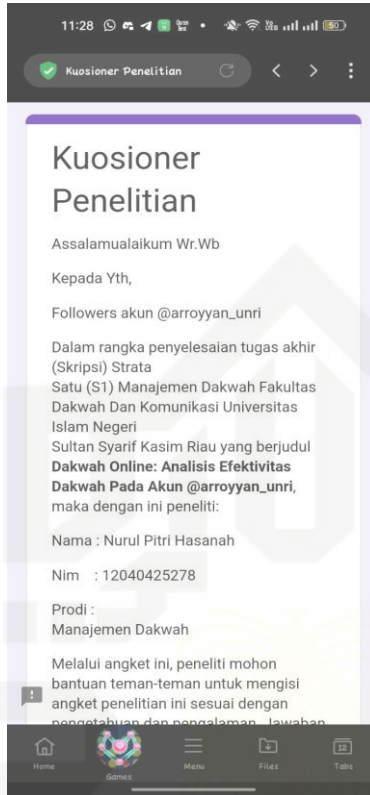
1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU

Dokumentasi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

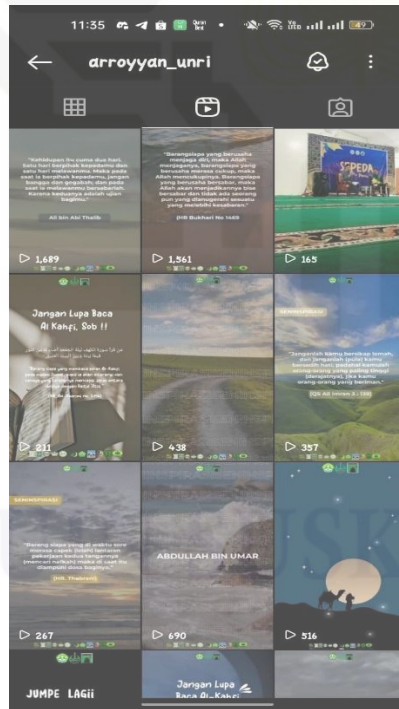
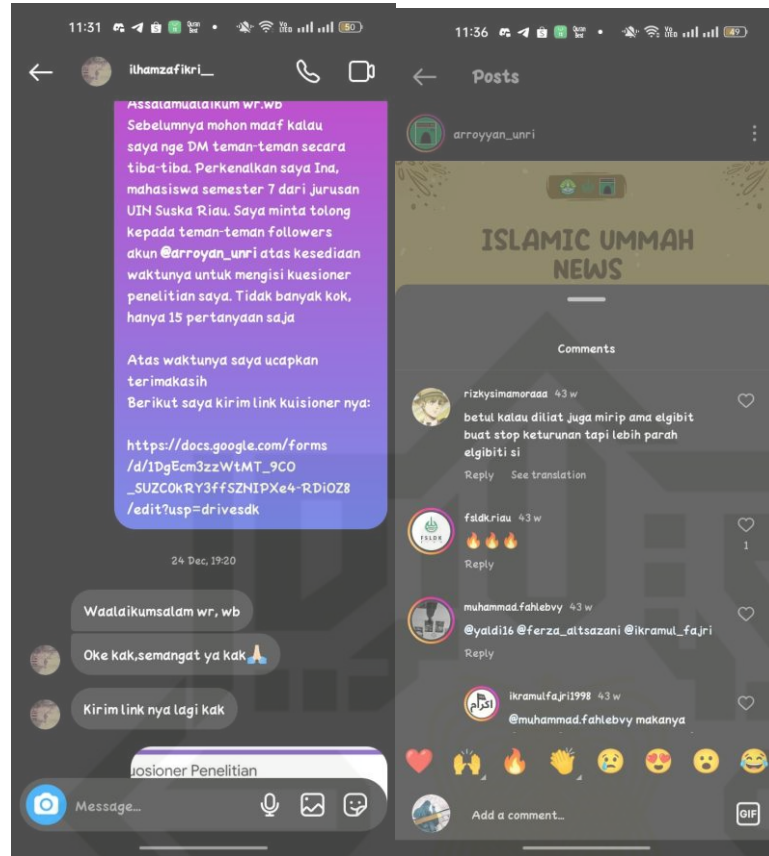


© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





BIOGRAFI PENULIS

Nurul Pitri Hasanah atau yang akrab dipanggil Ina, lahir di Batam, 27 Desember 2000. Putri dari Bapak Norden dan Dahliawati. Anak pertama dari tiga bersaudara. Adapun pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis sebagai berikut TK selesai pada tahun 2006, setelah itu melanjutkan pendidikan ke SD IT Kartika Batam dan lulus pada tahun 2013, lalu penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 42 Batam lulus pada tahun 2016, Penulis melanjutkan pendidikan ke SMK Negeri 7 Batam jurusan Perbankan dan Keuangan Mikro serta melakukan magang selama empat bulan di PT. Bank Riau Kepri lulus pada tahun 2019. Kemudian, penulis memutuskan untuk gapyear selama setahun dengan bekerja di salah satu tempat kursus anak yaitu Kumon Indonesia. Pada tahun 2020 penulis memutuskan untuk melanjutkan jenjang pendidikan ke Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur UMPTKIN dan diterima di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah serta pada tahun 2023, penulis melakukan magang selama dua bulan di PT. Laksmana Mulia Wisata Travel Haji dan Umroh.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.