

## Pesan Dakwah Akun Instagram @tehjasmineunpad Dalam Meningkatkan Daya Tarik Bagi *Followers*\*

Wulan Nuryati<sup>1</sup>, Muhammad N. Abdurrazaq<sup>2</sup>  
Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS)



[10.15408/sjsbs.v7i12.28254](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i12.28254)

### Abstract

Instagram is one of the media used for *da'wah*. In *da'wah* there are several elements, including the material or message in the form of *aqidah*, *shari'ah* and *akhlaq*. One of the *da'wah* accounts that uses instagram is @tehjasmineunpad. This research examines the message of *da'wah* on the account in increasing the attractiveness of followers. The focus of the research is the *da'wah* messages contained and the most dominant *da'wah* messages seen from the interest of followers. This study aims to find out what messages are contained and what messages are the most dominant seen from the interest of followers. This research method uses a qualitative method with observation sheet technique for three juries and in-depth interviews with followers. The sample of this research was 87 posts which were calculated based on the *Slovin* formula with purposive sampling technique. The results showed that the messages contained in the post were *aqidah*, *shari'ah* and *akhlaq*, with the dominance of the most *da'wah* messages being *akhlaq*. The message of *da'wah* that is in accordance with the interest of followers of @tehjasmineunpad in the results of the interview is also *akhlaq*. So, the results of this study explain the compatibility between the dominant *da'wah* messages posted with followers' interest in messages.

**Keywords:** *Da'wah message, attractiveness, followers, content.*

### Abstrak

Instagram merupakan salah satu media yang dimanfaatkan untuk berdakwah. Di dalam dakwah terdapat beberapa unsur, diantaranya materi (pesan) dakwah yang berupa *aqidah*, *syari'ah* dan *akhlak*. Salah satu akun dakwah yang memanfaatkan instagram tersebut adalah @tehjasmineunpad. Jurnal ini mengkaji pesan dakwah pada akun @tehjasmineunpad dalam meningkatkan daya tarik bagi *followers*. Fokus penelitian ini yaitu pesan dakwah yang terkandung pada akun tersebut dan pesan dakwah yang paling dominan dilihat dari ketertarikan *followers*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan apa saja yang terkandung pada akun instagram @tehjasmineunpad dan pesan apa yang paling dominan dilihat dari ketertarikan *followers* akun tersebut. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik lembar observasi untuk juri dan wawancara secara mendalam kepada *followers* akun @tehjasmineunpad. Sampel penelitian ini berjumlah 87 postingan yang dihitung berdasarkan rumus *slovin* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan yang terkandung pada postingan akun instagram @tehjasmineunpad adalah *aqidah*, *syari'ah* dan *akhlak*, dengan dominasi pesan dakwah terbanyak adalah *akhlak*. Adapun pesan dakwah yang sesuai dengan ketertarikan *followers* akun instagram @tehjasmineunpad pada hasil wawancara adalah *akhlak* juga. Jadi, hasil penelitian ini menerangkan adanya kesesuaian antara pesan dakwah dominan yang diposting akun instagram @tehjasmineunpad dengan ketertarikan *followers* terhadap pesan *akhlak*.

**Kata Kunci:** *Pesan dakwah; daya tarik; followers; konten*

---

\* Received: July 16, 2020, Revision: July 17, 2020, Published: December 5, 2020.

<sup>1</sup> Wulan Nuryati adalah Mahasiswa pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia. Email: rohayani86@gmail.com

<sup>2</sup> Muhammad N. Abdurrazaq adalah Dosen Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia, email: kholis@iai-alzaytun.ac.id

## A. PENDAHULUAN

Berdakwah merupakan kewajiban setiap muslim, sebagaimana hal ini dijelaskan oleh hadits Rasulullah SAW “*Balighu ‘anni walau ayat*” yang artinya sampaikan walau hanya 1 ayat. Dakwah sendiri secara bahasa menurut Azis adalah menyampaikan atau mengajak kepada hal kebaikan.<sup>3</sup> Dakwah adalah segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan. Di dalam dakwah terdapat unsur dakwah yang terdiri dari da’i, mad’u, materi (pesan), media, dan metode. Materi (pesan dakwah) menjadi salah satu unsur penting dalam penyampaian dakwah karena dapat membawa mad’u kepada tujuan dakwah dan standar kompetensi yang akan dicapai. Pesan dakwah yang hendak disampaikan oleh da’i bisa berupa kandungan pesan aqidah (iman), syar’iah, dan akhlak. Pesan yang disampaikan tentunya berlandaskan pada ajaran-ajaran Islam yang ada dalam kitabullah dan sunnah.

Pesan dakwah yang disampaikan tentunya bisa melalui beragam cara salah satunya dengan memanfaatkan media sosial. Saat ini, kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan di masjid atau majelis tertentu saja secara tatap muka, namun dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja kita mau, salah satunya dengan cara memanfaatkan media sosial secara *online*. Media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual<sup>4</sup>.

Media sosial menjadi ruang bagi para da’i untuk menyampaikan dakwah kepada mad’u yang memang tidak bisa hadir pada kajian dakwah secara langsung atau kepada mereka yang tidak pernah sama sekali mengikuti ceramah atau kajian. Salah satu media yang memiliki peran besar dalam dakwah islam adalah instagram. Instagram adalah salah satu platform yang banyak digemari oleh berbagai kalangan tanpa memandang usia, terutama generasi millennial. Sebagaimana menurut Statista dalam Febri dan Putri menyatakan bahwa instagram menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp<sup>5</sup>. Seiring berjalannya waktu, media sosial instagram mengalami perkembangan dan memiliki banyak sekali fitur diantaranya foto, video, *igtv*, *snap ig*, dan *reels*. Hal itu membuat orang-orang semakin tertarik terhadap instagram.

Ada banyak sekali akun dakwah yang memanfaatkan instagram untuk menyebarluaskan konten positif kepada *followers* nya berupa dakwah melalui tulisan (dakwah bil-qalam), musik, video motivasi, video animasi dakwah atau yang lainnya. Variasi pesan dakwah yang ditampilkan oleh pemilik akun dakwah tentunya dibutuhkan untuk memikat daya tarik *followers* agar mereka tetap bertahan menerima konten dakwah yang dipublikasikan. Tampilan pada setiap postingan (seperti foto, video, dan animasi) yang diunggah dibuat semenarik mungkin agar pengikut akun

---

<sup>3</sup> Azis, M. A., (2004), *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.

<sup>4</sup> Nasrullah, R, (2016), *Media Sosial*, Bandung: Simbioasa Rekatama Media.

<sup>5</sup> Febri Nurrahmi, P. F. (2020). *Efektifitas Dakwah Melalui Instagram*. *Journal of Communication*, 1.

dakwah di media sosial tetap bertahan dan lebih bagus lagi apabila terdapat pengikut baru yang terus bertambah.

Salah satu akun dakwah yang memanfaatkan instagram sebagai media untuk berdakwah ialah akun @tehjasmineunpad. Pada awalnya @tehjasmineunpad merupakan sebuah komunitas dakwah dengan sasarannya hanya mahasiswi Unpad jatinangor. Namun seiring dengan berjalannya waktu @tehjasmineunpad mencoba membuat sebuah akun Instagram untuk mempublikasikan dakwahnya dan sasaran yang dituju lebih luas lagi. @tehjasmineunpad memiliki target pada anak remaja dan dikhususkan untuk perempuan yang belum memahami islam dan sudah memahami islam. Saat ini akun instagram @tehjasmineunpad memiliki 24,4 ribu *followers* dengan postingan sebanyak 672 postingan. Banyaknya *followers* pada akun @tehjasmineunpad dinilai bahwa konten dakwah yang diberikan memikat daya tarik pengguna akun instagram. Penyampaian dakwah dapat dinilai oleh pengikut karena disitu terdapat sistem *like* atau komentar yang bisa diisi oleh pengikut sehingga daya tarik yang dirasakan oleh mad'u akan terasa oleh pemilik akun. Postingan yang dipublikasikan memiliki beragam pesan dakwah yang disampaikan mulai dari pesan aqidah, akhlak dan syar'iah. Melalui konten-konten yang dibuat oleh akun instagram @tehjasmineunpad ternyata membuat daya tarik para pengguna instagram untuk melihat dakwah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih detail lagi mengenai pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh akun @tehjasmineunpad dan pesan apa yang paling dominan dilihat dari daya tarik *followers*.

Dari latar belakang diatas timbul beberapa pertanyaan yang menjadi fokus penelitian, yaitu apa isi pesan dakwah akun @tehjasmineunpad dan apa pesan yang paling dominan dilihat dari ketertarikan *followers*.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono<sup>6</sup> metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*), dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu.

Populasi dari penelitian ini adalah 672 postingan dari akun instagram @tehjasmineunpad dengan sampel berdasarkan rumus slovin sebanyak 87 postingan berdasarkan like dan komen pada beberapa postingan. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan, dan data sekunder berupa literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data yang

---

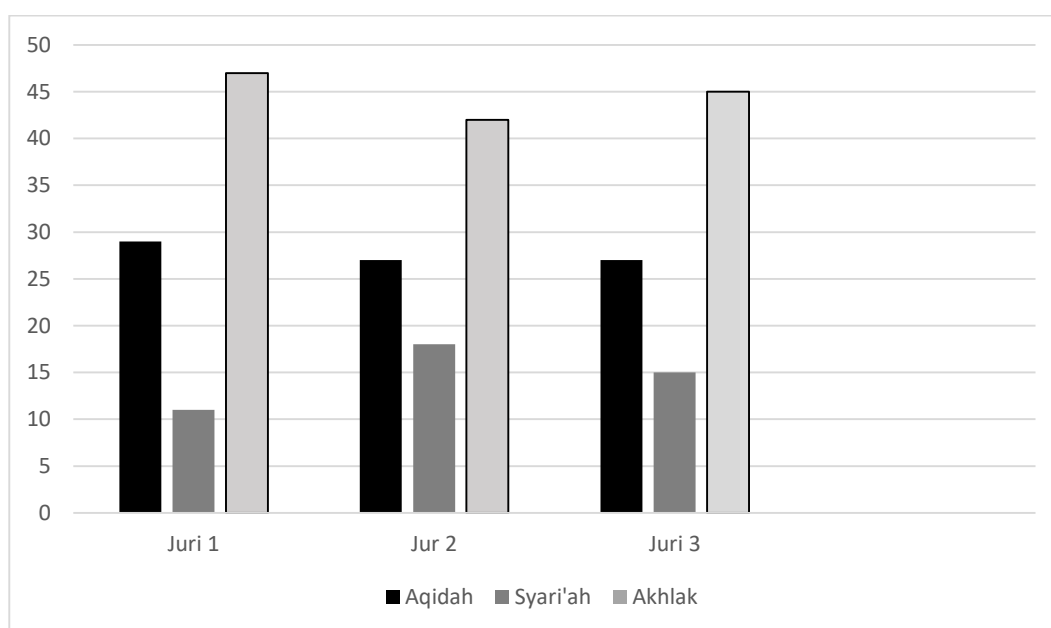
<sup>6</sup> Sugiyono, (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

dilakukan oleh peneliti berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara kepada followers dan ketua akun @tehjasmineunpad. Kemudian melakukan observasi berupa data dilihat dari postingan instagram @tehjasmineunpad dan observasi langsung ke juri untuk menganalisis mana pesan dakwah yang termasuk aqidah, syari'ah dan akhlak.

## C. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Pesan Dakwah Akun Instagram @tehjasmineunpad

Menurut bahasa, *da'wah* berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar yang berarti seruan, panggilan atau ajakan. Sedangkan, bentuk kata kerja (*fi'il*) nya yaitu *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti memanggil, mengajak atau menyeru. Orang yang berdakwah biasa disebut Da'i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan Mad'u. Dakwah merupakan aktivitas dalam penyampaian ajaran Islam kepada umat muslim dengan berbagai cara untuk mencapai masyarakat yang mampu menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.<sup>7</sup> Oleh karenanya dakwah merupakan penyampaian ajaran Islam kepada seseorang atau masyarakat dalam berbagai cara agar mereka mampu mengimplementasikan ajaran tersebut dalam berkehidupan. Unsur-unsur dakwah yang pokok terdiri dari da'i, mad'u, materi, media, dan metode.



Gambar 4.1 Hasil penelitian 3 juri

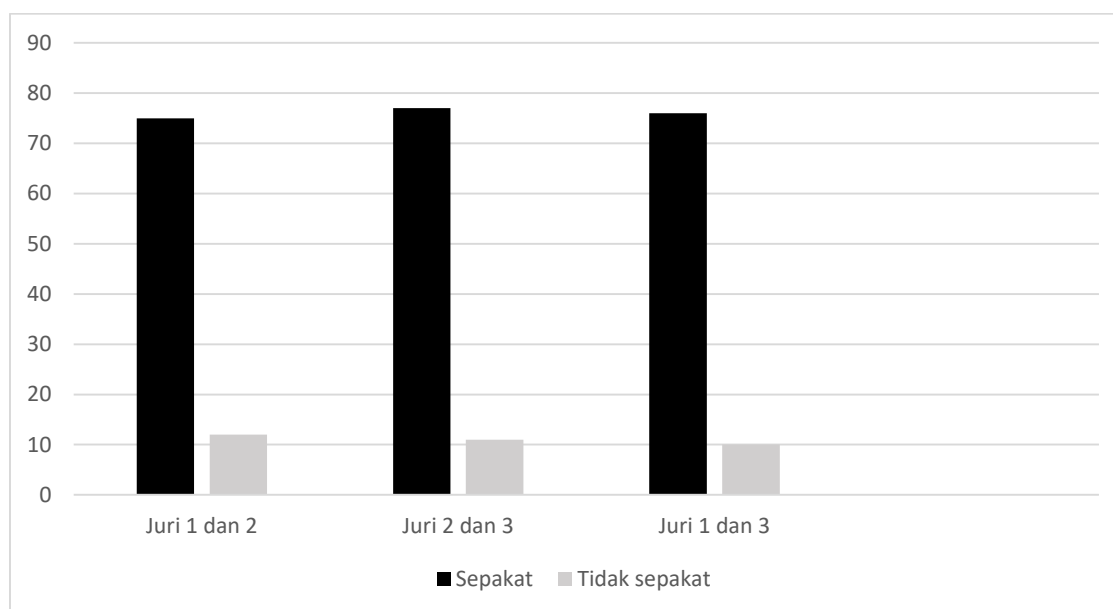
Pada dasarnya pesan-pesan dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai atau dituju.<sup>8</sup> Pesan dakwah itu sendiri adalah pesan-pesan atau

<sup>7</sup> Azis, M. A., (2004), *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.

<sup>8</sup> Kamaluddin. (2016). *Pesan Dakwah. Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, hlm.13

materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan dari da'i kepada mad'u yaitu tentang keseluruhan ajaran islam yang ada di Al-Qur'an maupun hadits<sup>9</sup>. Pesan dakwah menurut Azis (2004) terbagi menjadi 3, diantaranya: pesan aqidah, pesan syari'ah dan pesan akhlak. Penelitian ini menggunakan tiga juri yang ditunjuk untuk mengambil keputusan mengenai isi pesan yang terkandung dalam postingan akun instagram @tehjasmineunpad. Masing-masing juri bertugas menganalisis setiap postingan akun @tehjasmineunpad yang menjadi sampel dan setiap postingan di nilai termasuk pesan aqidah, syari'ah, atau akhlak.

Dari Gambar 4.1 di atas terlihat hasil penilaian juri terhadap 87 postingan akun instagram @tehjasmineunpad yaitu : Juri 1 memilih sebanyak 29 postingan aqidah, 11 postingan syari'ah dan 47 postingan yang dinilai akhlak. Juri 2 memilih 27 postingan aqidah, 18 syari'ah dan 42 postingan akhlak. Dan Juri 3 memilih postingan aqidah sebanyak 20, 15 syari'ah dan 45 postingan akhlak. Namun dilihat dari hasil tersebut ada beberapa postingan yang memiliki perbedaan pendapat (Gambar 4.2).



Gambar 4.2 Kesepakatan antar juri

Dari Gambar 4.2 dapat dilihat nilai dari masing-masing juri, juri 1 dan juri 2 sepakat 75 dan tidak sepakat 12 dari 87 postingan, sehingga mendapat hasil nilai dari sepakat dibagi dengan item jumlahnya 86%, sedangkan juri 1 dan juri 3 sepakat 77 dan tidak sepakat 10 dari 87 postingan, sehingga menghasilkan nilai 88%. Dan yang terakhir antara juri 2 dan juri 3 sepakat 76 dan yang tidak sepakat 11 dari 87 postingan, jadi hasil nilainya 87%.

Setelah diketahui hasil dari ketiga juri yang telah dirinci di atas dari 87 postingan dan telah diketahui nilai rata-ratanya 87%. Maka, komposit reliabilitas yang telah

<sup>9</sup> Enjang, AS, (2009), *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya pajajaran.

diketahui nilainya dari hasil penghitungan menggunakan rumus komposit reliabilitas adalah 0,95. Berikut data hasil kesepakatan antar juri berdasarkan kategori.

Tabel 4. Hasil kesepakatan juri berdasarkan kategori

Kategori	Frekuensi	Persentase
Aqidah	83	31,8 %
Syari'ah	44	16,9 %
Akhlak	134	51,3 %
Total	26	100%

Dari tabel hasil kesepakatan juri di atas terhadap semua postingan adalah sebagai berikut: presentase kategori pesan aqidah pada akun isntagram @tehjasmineunpad ada sebanyak 32%. Sedangkan persentase pesan syari'ah pada akun instagram @tehjasmineunpad yaitu 17%, dan kategori pesan dakwah akhlak pada akun instagram @tehjasmineubpad ada 51%, dan merupakan pesan dakwah terbanyak diantara pesan lainnya.

Pesan dakwah yang disampaikan oleh akun instagram @tehjasmineunpad terdapat beberapa kategori pesan dakwah yaitu aqidah, syari'ah dan akhlak. Pesan dakwah yang disampaikan oleh akun instagram @tehjasmineunpad terdapat beberapa kategori pesan dakwah yaitu aqidah, syari'ah dan akhlak. Sesuai dengan kesepakatan para juri ada 68 postingan yang disepakati dan 19 yang tidak disepakati. Contoh postingan yang disepakati, diantaranya postingan 1, 2, 4, 5 dengan judul: *Ibu rumah tangga vs wanita karir, Do'a ketika jatuh cinta, Seseorang yang melihat kesulitan....., dan Amalan kita diterima gak ya?*

Pesan aqidah pada akun instagram @tehjasmineunpad ada sebanyak 32%, adapun isi pesan aqidah pada akun instagram @tehjasmineunpad berisi iman kepada Allah SWT dan iman kepada *Qadha* dan *Qadhar*. Intinya harus selalu ingat kepada sang pencipta yaitu Allah SWT. Beberapa postingan akun instagram @tehjasmineunpad yang disepakati aqidah diantaranya berisi do'a-do'a ataupun hadits. Contoh yang disepakati dari postingan aqidah, adalah Do'a ketika jatuh cinta dan Aku mau mati aja.

Postingan 2 : Do'a Ketika Jatuh Cinta

*" Ya Allah , janganlah Engkau membiarkan aku hidup seorang diri, dan Engkaulah ahli waris yang paling baik . " (QS Al - Anbiya : 89)*

Dari postingan di atas semua juri sepakat bahwa postingan tersebut mengandung pesan dakwah aqidah dengan alasan postingan tersebut merupakan sebuah do'a yang langsung berhubungan dengan Allah SWT.

a. Pesan syari'ah

Pesan syari'ah pada akun instagram @tehjasmineunpad ada 17%, yaitu ada beberapa postingan yang menjelaskan masalah dalam munakahat seperti rumah tangga dan pernikahan. Contoh postingan pesan syari'at yang disetujui oleh juri adalah postingan 1.

Postingan 1 berjudul *Ibu Rumah Tangga vs Wanita Karir: "Pembahasan ini memang menuai kontroversi, banyak yang menimbang-nimbang hingga menjadikannya perdebatan panjang tak bertepi. Well sekarang nggak akan banyak ceramah panjang lebar memicu debat curhat. karena, kedua-duanya baik, tidak ada ibu yang tidak luar biasa. Begini ibu rumah tangga belum tentu lebih mulia dari ibu bekerja, begitu juga sebaliknya ibu yang berkarir tidak selalu lebih keren daripada ibu rumah tangga. Apapun perannya Kalau diniatkan karenanya itu mulia. Ada memang wanita yang dengan keilmuannya ia mengabdikan dirinya untuk masyarakat, ada juga wanita yang dengan pilihan hatinya ia mengabdikan dirinya untuk rumah serta penghuninya. Terlihat berbeda akan tetapi punya satu kesamaan, jika semua karenaNya".*

Dari postingan di atas semua juri sepakat bahwa postingan tersebut mengandung pesan syari'ah dengan alasan masalah rumah tangga dan aturannya itu termasuk ke dalam kategori syari'ah.

#### b. Pesan akhlak

Pesan akhlak pada akun instagram @tehjasmineunpad ada 51 %, dan merupakan pesan dakwah yang dominan diantara pesan lainnya. Ada beberapa postingan yang dikategorikan sebagai pesan dakwah akhlak, diantaranya postingan tentang bersyukur, tentang semangat, sabar, dan masih banyak lagi. Contoh pesan dakwah akhlak pada postingan akun instagram @tehjasmineunpad yang disepakati, adalah postingan 4.

Postingan 4 berjudul *Seseorang yang melihat kesulitan.....: "Seseorang yang putus asa melihat kesulitan dalam setiap kesempatan, tetapi orang yang optimis melihat peluang dalam setiap kesulitan. (Ali Bin Abi Thalib R.A)"*

Dari postingan di atas semua juri sepakat, bahwa postingan tersebut masuk ke dalam kategori akhlak.

Dari 87 postingan, ada 68 postingan yang disepakati oleh para juri dan sisanya ada 19 postingan yang tidak disepakati oleh para juri. Adapun postingan yang tidak disepakati oleh juri diantaranya adalah postingan 3, 10, 11, dan 16 dengan judul: *"Bersungguh-sungguhlah...., Mau panen apa?, Selangkah lagi, dan I miss myself.* Terdapat ketidaksepakatan pada ketiga juri, artinya ketiganya memberikan penilaian yang berbeda semua, yakni pada postingan 66.

Contoh postingan yang tidak disepakati adalah postingan 3: *"Bersungguh - sungguhlah untuk mendapatkan apa yang bermanfaat bagimu dan mintalah pertolongan kepada Allah ( dalam setiap urusan ) serta janganlah sekali - kali engku merasa lemah"* (H.R. Muslim). Dari postingan di atas, setiap juri memiliki penilaian yang berbeda. Juri 1 dan juri 3 menilai bahwa postingan 3 termasuk ke dalam pesan akhlak, karena juri menilai terdapat kata yang merujuk kepada pesan akhlak, yakni *"janganlah sekali - kali engkau merasa lemah"*. Sedangkan juri 2 menilai bahwa postingan 3 termasuk aqidah, karena juri

2 menilai terdapat kata yang merujuk kepada pesan aqidah, yakni *"mintalah pertolongan hanya kepada Allah"*.

## 2. Pesan paling dominan dilihat dari ketertarikan followers

Daya tarik menurut Belch dalam Kartika mengacu pada pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan perhatian konsumen dan mempengaruhi perasaan mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Daya tarik juga merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali pesan yang diperoleh dari media komunikasi. Daya tarik memiliki peran yang penting untuk mendapatkan perhatian dari komunikan, maka dari itu sangatlah penting bagi sebuah perusahaan ataupun organisasi untuk merancang daya tarik tertentu dalam setiap program yang dibuatnya, agar digemari oleh sasaran atau khalayak. Daya tarik konten disini berkaitan dengan tayangan foto dan video dakwah pada akun instagram @tehjasmineunpad, yang membuat followers tertarik dengan mengklik *follow*, *like* dan *comments*.

Penelitian ini ingin mengetahui pesan dakwah yang mana yang paling dominan dilihat dari ketertarikan *followers* akun instagram @tehjasmineunpad. Untuk itu peneliti mewawancarai beberapa *followers* mengenai pesan dakwah mana yang paling disukai setelah mengikuti akun instagram @tehjasmineunpad. Pada penelitian kali ini dari 5 responden hampir semuanya menyukai dan tertarik pada 3 pesan dakwah yang ada pada postingan akun isntagram @tehjasmineunpad yang terdiri dari pesan aqidah, syari'ah dan akhlak. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara pada responden ke-1 (SSH): *"Saya tertarik pada 3 pesan dakwah, namun yang paling memberikan dampak pada saya adalah tentang akhlak. Karena tantangan zaman itu semakin banyak, dan hal ini sering membuat saya goyah dalam berperilaku dan beramal sholeh. Saya juga pernah mengalami kegelisahan yang berkepanjangan, sehingga perihal akhlak adalah topik yang paling saya minati."*

Tantangan zaman memang semakin banyak, maka dari itu kita harus punya landasan iman atau pondasi yang kuat agar tidak terjerumus kepada hal-hal yang tidak baik. Responden ke-2 (VH dan DA) memiliki jawaban yang hampir sama, yakni: *"Dari ketiga pesan dakwah tersebut semuanya sangat menarik, namun jika harus memilih saya cenderung tertarik dengan pesan dakwah akhlak dengan alasan agar memiliki prilaku yang baik"*. Berperilaku baik adalah kebaikan, maka kita sebagai manusia harus berbuat kebaikan sesuai dengan perintah Allah *"Berbuat baiklah kepada orang lain, sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu"* (QS. Al-Qhasas 77). Selanjutnya, responden ke-3 dan 4 (FHB) memiliki jawaban yang hampir sama, yakni *"Akhlak, karena ngerasa hal ini yang harus aku pribadi perbaiki untuk sekarang."*<sup>10</sup>

Memiliki akhlak yang baik tentu disukai Allah dan juga manusia. Maka dari itu, kita harus memiliki akhlak yang baik. Karena sesuai dengan perintah Allah terhadap rasul yaitu diutus ke bumi untuk menyempurnakan akhlak. Hasil penelitian ini menerangkan adanya kesesuaian antara pesan dakwah dominan yang diposting akun

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan followers (Salsabila Rahma Alia dan Fadhila Hartati Barkah) pada tanggal 05 Juli 2022



instagram @tehjasmineunpad dengan ketertarikan followers terhadap pesan akhlak, sehingga banyak yang tertarik dengan pesan-pesan yang disampaikan melalui ostingan akun instagram @tehjasmineunpad.

#### D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pesan dakwah pada 87 postingan akun instagram @tehjasmineunpad dan menggali ketertarikan followers pada postingan akun tersebut, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pesan dakwah pada 87 postingan akun instagram @tehjasmineunpad dan menggali ketertarikan followers pada postingan akun tersebut, disimpulkan bahwa pesan dakwah pada postingan akun instagram @tehjasmineunpad ini meliputi: pesan aqidah sebanyak 32%, pesan syari'ah sebanyak 17% dan pesan akhlak menjadi postingan terbanyak pada akun instagram @tehjasmineunpad yaitu dengan presentase sebanyak 51%. Pesan-pesan dakwah tersebut didapat dari 87 postingan yang dinilai oleh 3 juri dengan mencapai kesepakatan 87%.
2. Hasil wawancara *followers* akun @tehjasmineunpad, semuanya tertarik dengan pesan yang disampaikan oleh akun tersebut dengan pesan yang paling mendominasi yaitu pesan akhlak. Hasil penelitian ini juga mendapat kesesuaian antara pesan dakwah dominan yang diposting akun instagram@tehjasmineunpad dengan ketertarikan followers terhadap pesan-pesan akhlak.

#### REFERENSI:

- Azis, M. A. (2004). Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana.
- Enjang, AS, (2009), *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung : Widya pajajaran.
- Febri Nurrahmi, P. F. (2020). Efektifitas Dakwah Melalui Instagram. *Journal of Communication*,1.
- Kamaluddin. (2016). Pesan Dakwah. *Kajian ilmu-Ilmu Keislaman* , 13.
- Kartika, A. W. (2019). Studi Korelasi Antara Kualitas Konten, Daya Tarik dan Terapan Tayangan Video Blog pada Akun Beauty Blogger Abel Cantika di Youtube dengan SPerilaku Imitasi Siswi di SMK Negeri 4 Surakarta. *Komunikasi Massa*, 8.
- Kotler, K. L, (2012), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba empat.
- Nasrullah , R. (2016). *Media Sosial*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Sugiyono. (2021). *Meteode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

**Wulan Nuryati, Muhammad N. Abdurrazaq**