



**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI  
DALAM MEDIA INSTAGRAM (IGTV)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi (S1) Program  
Studi Komunikasi Penyiaran Islam.

**Disusun Oleh:**

**Nama : Muhd Al Haddad Winata**

**NPM : 2016530025**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
1442 H/2020 M**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhd Al Haddad Winata  
NPM : 2016530025  
Program : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Fakultas Agama Islam  
Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Instagram (IGTV)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul diatas secara keseluruhan adalah hasil penilaian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima saksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 27 Muharram 1442 H  
08 September 2020 M  
Yang Menyatakan



Muhd Al Haddad Winata

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Instagram (IGTV)”** yang disusun oleh **Muhd Al Haddad Winata**, Nomor Pokok Mahasiswa **2016530025** Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 08 September 2020  
Pembimbing,



Drs. Tajudin, M.A

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

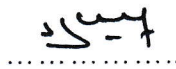
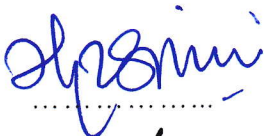

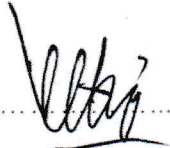
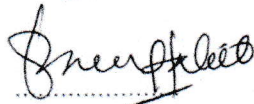
Skripsi yang berjudul “Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Instagram (IGTV)” yang disusun oleh **Muhd Al Haddad Winata**, Nomor Pokok Mahasiswa: **2016530025**. Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 3 bulan Desember tahun 2020. telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Komunikasi dan Penyiaran Islam.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



Dr. Sopa, M.Ag

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Sopa, M.Ag</u> Ketua		4/1/2021
<u>Dr. Suharsiwi, M.Pd</u> Sekretaris		4/01/2021
<u>Drs. Tajudin, MA</u> Pembimbing		20/12/2020
<u>Hadiyan, MA</u> Anggota Penguji I		18/12/2020
<u>Drs. Zamris Habib, M.Si</u> Anggota Penguji II		28/12/2020

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Skripsi 15 September 2020

**Muhd Al Haddad Winata**  
2016530025

**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ HANAN ATTAHI DALAM  
MEDIA INSTAGRAM (IGTV)**

**ABSTRAK**

Salah satu saat ini masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana gaya komunikasi Ustadz Hanan Attahi dua video dalam media instagram, salah satu pendakwah yang bergaya anak muda, sekian banyak pendakwah salah satu ini pendakwah yang terbilang sukses penyampaian dakwanya baik secara langsung maupun tidak langsung, hal ini ditandai dengan banyaknya anak muda yang mendengarkan atau mengikuti ceramah dimanapun beliau berada. Dengan gaya komunikasinya suara yang khas lemah lembut, merdu dan kata-kata indah dan menarik inilah dakwahnya bisa mengantarkan hati, jiwa dan pikiran jama'ah anak muda dan pengguna instagram maupun di media sosial lainnya untuk mengajak berbuat baik ke jalan yang benar. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attahi di dalam media Instagram.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif pendekatan kualitatif teori Kreitner dan Knicki Mc, yang meliputi gaya komunikasi Aggressive, Assertive dan Passive Sedangkan peneliti mengambil gaya komunikasinya lebih cenderung ke Assertive, dan Passive.

Adapun hasil penelitian ini adalah Ustadz Hanan Attahi menggunakan gaya komunikasi dakwah yang meliputi gaya komunikasi, Assertive (menyukai rasa humor atau guyon dan sedikit pernyataan selalu ada pengharapan), Passive (ragu-ragu dan lemah lembut). Kemudian gaya komunikasi beliau adalah menggunakan suara yang lemah lembut dan tidak tidak tinggi sehingga dapat dipahami dan dimengerti oleh mad'u atau pengguna instagram.

**Kata Kunci (Keyword) : Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attahi  
dari Aspek Dakwah Media Instagram**

## MOTTO

جَدَّ مَنْ وَجَدَ

(Barang siapa yang sungguh-sungguh maka dia akan berhasil)

“Keep on going to achieve success, never give up because people who give up  
never go forward to achieve success”

(Teruslah melangkah untuk meraih kesuksesan jangan pernah menyerah karena  
orang yang menyerah itu tidak pernah maju untuk mencapai kesuksesan)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah, Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, kakak Rama, dan adik-adik (Ghazi dan Fiqa) saya tercinta serta orang-orang terdekat saya terutama Keluarga saya yang telah memberikan dukungan, doa dan memotivasi saya untuk mengerjakan tugas akhir ini yang sangat bernilai bagi saya sehingga bisa selesai dengan tepat waktu.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S.1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tahun 2020.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi peneliti dalam proses penyelesaiannya, namun karena bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, dan do'a, sehingga kendala itu menjadi tidak terlalu berarti, oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut :

- 1 Prof. Dr. Syaiful Bakhri, SH., MH., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta
- 2 Dr. Sopa, M.Ag, Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, beserta Wakil Dekan II dan Wakil Dekan III
- 3 Hadiyan M.A., Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- 4 Drs. Tajudin M.A., Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan ini kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 5 Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam yang telah memberikan pelayanan akademik dan administrasi yang baik.
- 6 Kepada kedua orang tua saya yang selalu setia dan memberikan dukungan kepada saya baik dukungan moril dan materil. Terimakasih atas dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.



- 7 Kepada Farouq, Dimas, Dinda, Amel, Novia, Arini, Radinal, Furkan, Salman, Ibu Rapoy, dan Bapak Rapoy yang telah memberikan dukungan beserta dorongan, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
- 8 Kepada Irwan Baqqas, Bagus Setiawan, Aziz, Dimas, Akbar, Dio, dan Nurdiansyah untuk selalu sabar mendengarkan keluh kesah saya selama 4 tahun ini karna saya masih banyak kekurangan dan saling peduli satu sama lain.
- 9 Kepada Abang Abdul Aziz Prawinegara yang telah mensupport, memotivasi, dan peduli sama saya sampai sekarang terima kasih atas bantuan dan dukungannya .
- 10 Sahabat Go.KPI angkatan 2016 yang telah berjuang dari awal masuk kuliah hingga lulus kuliah, yang telah memberikan dukungan beserta dorongan, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
- 11 Seluruh teman-teman Fakultas Agama Islam, yang Khususnya Prodi Kpi terima kasih atas dukungannya dan doanya kepada peneliti.
- 12 Seluruh teman saya yang ada di jambi yang telah memberikan dukungan beserta do'a, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
- 13 Kepada Randa, Febri, teman SD Jambi saya sampai sekarang telah menjadi teman baik saya yang selalu peduli, dan saling memberi semangat satu sama lain.

Bagi namanya yang tidak disebutkan agar tidak berkecil hati semoga Allah SWT mencatatnya sebagai amal dan membalasnya dengan yang lebih baik. Selain itu, Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian diharapkan karya yang sederhana ini banyak memberikan manfaat, Aamiin.

Jakarta, 27 Muharram 1442 H  
08 September 2020 M

Muhd Al Haddad Winata

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PANITIA UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian.....	6
C. Perumusan Masalah.....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Deskripsi Konseptual.....	9
1. Komunikasi.....	9
2. Gaya Komunikasi .....	13
3. Dakwah.....	21
4. Media .....	27
5. Instagram .....	30
6. IGTV.....	37
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Tujuan Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
C. Latar/Setting dan Penelitian .....	41
D. Metode dan Prosedur Penelitian .....	41
E. Data dan Sumber Data.....	42
F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data .....	43
G. Teknik Penulisan.....	43

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum tentang Latar Penelitian .....	44
1. Biografi dan Profil Ustad Hanan Attaki .....	44
2. Masa Kecil.....	44
3. Kuliah di Al azhar, Mesir .....	45
4. Qori Terbaik .....	45
5. Mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah.....	46
6. Aktif Mengisi Kajian Keislaman.....	46
B. Temuan Penelitian .....	49
C. Pembahasan Temuan Penelitian .....	50

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	58
B. Saran .....	59

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel.3.1	Penulisan dan Penelitian Skripsi.....	40
Tabel 4.1	Kesimpulan Gaya Komunikasi Video 1 .....	50
Tabel 4.2	Kesimpulan Gaya Komunikasi Video 2 .....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi

Lampiran 2 Riwayat Hidup Penulis

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri adalah upaya untuk menumbuhkan rasa kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama islam pada apa yang diserukan.

Dakwah merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim dan muslimah di seluruh dunia ini. Dakwah juga usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertindak laku seperti apa yang diinginkan oleh pendakwah. Allah juga menerangkan perintah berdakwah dalam Q.S An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُم بِآلَتِي هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

*(Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.)<sup>1</sup>*

Gaya Komunikasi yang baik dan efektif yang mampu menghasilkan perubahan sikap seseorang yang mempengaruhi attitudenya yang terlibat dalam komunikasi. Tujuannya supaya memberikan kemudahan dalam

---

<sup>1</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2004), hlm 543.

memahami pesan yang disampaikan pemberi dan penerima sehingga bahasa komunikasinya lebih jelas.

Gaya komunikasi juga dipengaruhi situasi, kepada tipe seseorang melainkan situasi yang dihadapi, setiap orang menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ada yang melantunkan komunikasinya dengan gaya seninya dengan melantunkan berbicara yang cukup untuk menarik perhatian orang dan mempengaruhi orang tersebut

Media dakwah (wasilah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajakan islam kepada mad'u), untuk menyampaikan ajaran islam kepada ummat, dakwah bisa menggunakan berbagaimacam wasilah yaitu lisan, tulisan, dan,audiovisual. Aktivitas dakwah di era modern ini telah banyak menggunakan media penunjang yang efektif dan efisien. Salah satunya menggunakan media sosial, yang kegaramannya sangat bermacam-macam. Diantaranya adalah Instagram, Facebook, Twitter, dan banyak lagi yang bisa digunakan media untuk berdakwah.

Media sosial tersebut memudahkan orang untuk berkomunikasi dimana fungsinya hampir sama dengan chatting atau melakukan panggilan telepon. Salah satu media dakwah yang trend saat ini adalah aplikasi media sosial instagram.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang berbasis internet salah satu dari smartphone yang digunakan untuk Membagi-bagikan foto dan video, Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang

memungkinkan teman facebook kita memfollow akun instagram kita. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan berbagi foto dan video membuat para Da'i dan Da'iah turut membagikan pesan dakwahnya melalui media sosial yaitu lewat instagram. Instagram juga merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, melalui instagram-lah dakwah dibagikan dengan meng-upload video, sehingga para Mad'u dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui berupa suara video dan foto-foto yang dibagikan instagram.

Instagram juga terdiri dari dua kata "*Insta*" dan "*Gram*". Kata "*Insta*" berasal dari kata Instan yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid di dalam tampilannya. Karena instagram mengalami perkembangan yang sangat luar biasa dan telah diakses oleh banyak orang di dunia, akhirnya ada penulis yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada Oktober 2010 di perangkat IOS. Versi untuk perangkat Android dirilis pada tanggal 9 April tahun 2012 instagram diambil alih oleh facebook dengan nilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Dulunya aplikasi instagram ini hanya bisa di download App Store oleh pemakai Iphone, tapi seiring dengan berkembangnya aplikasi ini akhirnya instagram hadir di Play Store dan dapat diunduh oleh pengguna Android.

Berdasarkan data baru ini menurut lembaga riset Taylor Nelson Sofres (TNS) yang diketahui saat ini Instagram telah menjangkau 400 juta



pengguna aktif secara global. Dari 100 juta pengguna yang terakhir bergabung di Instagram lebih dari setengahnya tinggal di Asia dan Eropa<sup>2</sup>. Menurut Direktur Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dengan 89% Instagrammers yang anak muda, terpelajar dan mapan, penelitian yang dilakukan secara online oleh Taylor Nelson Sofres (TNS) tersebut dilakukan kepada 506 pengguna Instagram dari usia 18 hingga 44 tahun. Dari responden tersebut disimpulkan rata-rata pengguna memiliki kebiasaan menggunakan Instagram setidaknya satu kali dalam seminggu.

Masyarakat Indonesia sering menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman travelling, trend terbaru, dan komunitas mobile first yang jugatelah mendorong hasil bisnis yang berdampak besar maupun kecil di Indonesia.

Pengguna instagram juga bermacam-macam menggunakan instagram sesuai dengan cara yang mereka sukai, Salah satu targetnya ialah untuk berdakwah melalui akun instagram melalui gambar ataupun video yang dibagikan melalui akunnya untuk mengaplikasikan dan menyebarkan kegiatan dakwah dengan melalui instagram ini merupakan metode yang tepat dikarenakan instagram merupakan media sosial yang sedang tren di zaman sekarang apalagi anak muda dan remaja aktivis berdakwah menggunakan audio, gambar dan videovisual yang menarik untuk dilihat, dibaca, dan diperhatikan oleh mad'unya.

---

<sup>2</sup><https://id.m.wikipedia.org/Instagram> Wikipedia.[01/03/2020]

Anak muda zaman sekarang banyak menggunakan instagram tapi mereka lebih banyak menonton yang hal negatif. Hal ini disebabkan karena Forum-Forum Agama belum banyak yang menggunakan dakwah di Instagram. Walaupun ada hanya sedikit yang disukai oleh anak-anak muda karena diantaranya gaya bahasanya kurang diminati oleh anak-anak muda. Diantaranya gaya bahasanya yang diterima atau diminati oleh Masyarakat atau anak-anak muda itu adalah Ustadz Hanan Attaki.

Karena Akun Instagram Ustadz @Hanan\_Attaki ini menyampaikan nilai-nilai dakwah yang secara efektif dan menarik bagi mad'unya di media sosial yaitu instagram, Karena dakwah yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki ini dia berdakwah menggunakan instagram yang sedang tren namun tidak lupa dengan ciri khas nya gaya komunikasi dia berdakwah juga memiliki nada yang lembut, merdu dan menarik, dan menariknya dia menggunakan bahasa anak muda yaitu bahasa yang gaul dan tidak keras suaranya maka dari itu banyak pengguna instagramnya itu yang mayoritas adalah kalangan mad'u anak muda atau remaja yang sedang membutuhkan atau menumbuhkan jiwa moral secara islami.

Maka dari itu saya sebagai peneliti tertarik untuk meneliti gaya komunikasi Ustadz Hanan Attaki dengan mengambil judul **“Gaya Komunikasi Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (IGTV)”**

## **B. Fokus dan Subfokus Penelitian**

### **1. Fokus**

Berdasarkan dari latar belakang peneliti menganalisis gaya komunikasi Ustadz Hanan Attaki berdakwah di dalam media instagram.

### **2. Subfokus**

Penelitian ini dapat dilakukan lebih mendalam, maka peneliti tidak membahas keseluruhan masalah pada latar belakang. Peneliti tertarik pada gaya komunikasi Ustadz Hanan Attaki yang berdakwah dalam media Instagram yaitu “Kejaiban hidup datang lewat “Diam” dan “Pinjamkan Harta terbaik kita kepada Allah”

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki di dalam media Instagram.

## **D. Kegunaan/Manfaat Penelitian**

Manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah :

### **1. Bagi Peneliti**

- a. Dapat menambah pengetahuan yang terkait Ilmu-ilmu gaya komunikasi dakwah yang ada didalam akun media Instagram Ustadz @Hanan\_Attaki
- b. Menjadi pedoman untuk mengembangkan dakwah komunikasi di dalam media instagram dan menulis karya ilmiah ini atau bisa menjadi

rujukan bagi pengguna instagram atau mad'unya dan bisa meningkatkan penelitian lainnya.

## **2. Bagi Pengguna Instagram**

- a. Memberikan gambaran mengenai informasi kajianpraktis tentang media dakwah melalui lewat media sosial, yaitu bagaimana menyampaikanpesan dakwah secara baik dan efektif.
- b. Memberikan Inspirasi para pengguna media sosial instagram untuk menyampaikan nilai-nilai moral di media sosial dan menyebarkan nilai-nilai dakwah Islam.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan memperjelas dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, yaitu dengan rincian sebagai berikut :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai Latar belakang masalah,Fokus dan Subfokus, Rumusan Masalah, Kegunaan/Manfaat penelitian, dan Sistematika Penulisan

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini penulis akan menjelaskan Deskripsi Konseptual fokus dan subfokus tentang, pengertian gaya komunikasi, komunikasi, macam–macam gaya komunikasi, unsur–unsur gaya komunikasi, pengertian dakwah, media dakwah, metode dakwah, materi dakwah, pengertian media, fungsi media secara umum, dan

jenis-jenis media instagram, sejarah instagram, pemanfaatan instagram, langkah-langkah membuat akun di instagram, instagram sebagai alat media dakwah, dan bagian ini juga peneliti menjelaskan tentang hasil penelitian relevan.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan Tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, latar penelitian, metode dan prosedur penelitian, data dan sumber data, teknik dan prosedur pengumpulan data dan teknik penulisan.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menjabarkan semua data yang telah dikumpulkan dari gambaran umum tentang profil penelitian, temuan penelitian, dan pembahasan penelitian.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban terhadap rumusan masalah yang ada pada bab 1 sampai bab lima sehingga menjadi kesimpulan dan saran

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Deskripsi Konseptual**

##### **1. Komunikasi**

###### **a. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi sebagai ilmu yang multidisiplin mempunyai banyak pengertian dan makna sesuai dengan latar belakang bidang ilmu yang memberi pengertian. Sehingga komunikasi dapat diartikan dalam berbagai prespektif.

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *communication* yang berasal dari bahasa Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *comunis* yang berarti sama, yaitu sama makna.<sup>1</sup> Kesamaan makna ini mengandung pengertian bahwa antara komunikator dan komunikan memiliki persepsi yang sama tentang apa yang sedang dikomunikasikan atau dibicarakan. Pihak komunikator dan komunikan memiliki sifat komunikatif. Sedangkan sifat komunikatif didapatkan jika kedua belah pihak mempunyai sifat empati. Komunikasi sebuah istilah atau kalimat yang akan lebih mudah diucapkan daripada mencari definisi yang tunggal. Menurut Theodore Clevenger Jr masalah yang selalu ada dalam mendefinisikan komunikasi untuk tujuan penelitian atau ilmiah berasal dari fakta bahwa kata kerja berkomunikasi memiliki posisi kuat

---

<sup>1</sup>Onong Uchjana efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2005), h. 2.

dalam kosakata umum dan karenanya tidak mudah didefinisikan untuk tujuan ilmiah.

Komunikasi adalah suatu proses pembagian makna atau ide-ide di antara dua orang atau lebih dan mereka mendapatkan saling pengertian tentang pesan yang disampaikan. Tanpa ada kesamaan pengertian diantara peserta komunikasi maka tidak ada sebuah tindak komunikasi.<sup>2</sup> Maka komunikasi itu penting dalam kebutuhan sehari-hari agar komunikasinya terhubung dengan lingkungan dan orang lain lakukanlah secara lisan atau verbal biar dapat dimengerti oleh kedua belah pihak maupun dikalangan masyarakat.

#### **b. Unsur-unsur Komunikasi**

Dari Pengertian komunikasi yang telah di kemukakan, maka jelas bahwakomunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau di dukung oleh adanya sumber, media,penerima, dan efek.

Namun ada beberapa komponen atau Unsur – unsur terdapat dalam komunikasi antara lain sumber, pesan, media, penerima, pengaruh, tanggapan balik, lingkungan, maka dapat dilihat seperti berikut:<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Ali Nurdin dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Surabaya : IAIN Sunan Ampel Press, 2013), h. 9.

<sup>3</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1998), h.18.

### 1) *Sumber*

Dalam Komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa disebut *source*, *sender* atau *encoder*

### 2) *Pesan*

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka melalui media komunikasi, isinya bisa berupa Ilmu Pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

### 3) *Media*

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai media bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi.<sup>4</sup>

Berkat perkembangan teknologi komunikasi khususnya di bidang komunikasi massa elektronik makin banyak bentuknya, dan makin menghibur dan makin mengabur batas-batas untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi.

---

<sup>4</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1998). H.17



#### **4) *Penerima***

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber (komunikator). Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Jika pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

#### **5) *Pengaruh (Efek)***

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang, karena itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

#### **6) *Tanggapan Balik***

Umpan balik adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

## 7) *Lingkungan*

Lingkungan atau situasi ialah fakto –faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atasempat macam, yakni Lingkungan fisik, Lingkungan sosial budaya, Lingkungan psikologi, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa proses komunikasi hanya terjadi jika tidak terjadi rintangan fisik, misalnya geografis.<sup>5</sup>

Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh dimana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantorpos, dan jalan raya. Lingkungan sosial komunikan menerjemahkan atau memahami simbol – simbol pesan dakwah (*decoding*) lalu memberi umpan balik (*feedback*) atau meresponnya

## 2. **Gaya Komunikasi**

Manusia sebagai makhluk social senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya<sup>6</sup>. Rasa ingin tahu manusia memaksa manusia perlu berkomunikasi , misalnya saat bertemu untuk belajar di kampus, berbelanja di pasar dan bahkan tanpa bertemu pun bisa saling berkomunikasi. Namun, ada kalanya saat komunikasi berlangsung, maksud dan tujuan komunikator tidak tersampaikan dengan baik kepada komunikan. Untuk itu penting bagi seorang komunikator dan

---

<sup>5</sup>Hafied Cangara, *Ibid*, h.24.

<sup>6</sup>Abdillah Hanifah, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*, (Surabaya : Usaha Nasional, 1984), h.12.

komunikasikan memahami gaya komunikasi masing-masing supaya mengurangi masalah-masalah tidak tercapainya tujuan dalam berkomunikasi.

#### **a. Pengertian Gaya Komunikasi**

Gaya komunikasi adalah perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan feedback dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan.<sup>7</sup>

Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (sender) dan harapan dari penerima (receiver).<sup>8</sup>

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan pada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertari, atau bosan. Begitu juga seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan anak-

---

<sup>7</sup>S. Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : Universitas Terbuka,1996), h.7

<sup>8</sup>Djuarsa Sendjaja, *Materi Pokok : Teori Komunikasi* (Jakarta : Universitas Terbuka, 1994), h.142.

anak akan berbicara dengan bahasa yang berbeda. Selain itu gaya yang digunakan dipengaruhi oleh banyak faktor, gaya komunikasi adalah sesuatu yang dinamis dan sangat sulit untuk ditebak. Sebagaimana budaya, gaya komunikasi adalah sesuatu yang relatif.<sup>9</sup>Oleh karena itu kita dapat menyimpulkan bahwa proses komunikasi adalah serangkaian beberapa tugas langkah demi langkah atau interaksi siklik dari beberapa tugas yang dimulai dari komunikator dan menggunakan sistem untuk mencapai penerima dan penerima memberikan umpan balik kepada pengirim. Mungkin ada gangguan dalam prosesnya. Oleh karena itu, ada tiga model dasar dalam komunikasi yakni : linier, interaktif, dan transaksional. Gaya merujuk pada cara bagaimana seseorang berkomunikasi<sup>10</sup>. Gaya komunikasi menjelaskan bagaimana cara berperilaku seseorang ketika mengirim dan menerima pesan. Gaya komunikasi sering kali disebut “Gaya Komunikasi” pribadi karena seseorang paling sering memakai gaya tertentu ketika sedang melakukan komunikasi dengan orang lain. Setiap orang memiliki gaya yang unik, karena itu jika seseorang mengenal gaya komunikasi orang lain, maka seseorang juga dapat menemukan kesadaran dari diri, sehingga dapat mengembangkan interaksi dan relasi antarpribadi demi tercapainya komunikasi yang efektif. Yang berarti, gaya komunikasi dapat membuat seseorang menjadi sukses dalam menjalin relasi dengan

---

<sup>9</sup>Herwan Perwiyanto, *Modul Kajian Komunikasi Dalam Organisasi/AN/FISIP*, di Perilaku organisasi, Staff.uns.ac.id, h.7

<sup>10</sup>Amal Ibrahim Abd El- Fattah Khalil, *The Islamic Perspective of Interpersonal Communication* (Journal of Islamic Studies Culture, 2016), h. 28.

orang lain. Paling tidak ada tiga kunci yang menjadi dasar bagi interaksi dan relasi manusia, yakni :

- 1) Interaksi dengan diri sendiri
- 2) Interaksi dengan orang lain
- 3) Interaksi dengan anggota kelompok

Oleh sebab itu, dapat diketahui bahwa pengetahuan tentang berbagai gaya komunikasi seseorang dapat membantu komunikasi menjadi lebih efektif karena preferensi individu, pandangan, persepsi, dan konstruksi realitas social muncul dari gaya komunikasi setiap individu dan gaya itu sangat bervariasi antara seseorang dengan orang lain<sup>11</sup>.

Menurut Norton, gaya komunikasi dapat didefinisikan sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan nonverbal untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti. Cara atau gaya komunikasi terkadang menjadi lebih penting dari konten komunikasi tersebut. Banyak orang yang memahami konten dengan baik, tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak diterima dengan baik oleh orang lain karena ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan tersebut.<sup>12</sup>

Dalam hal ini, gaya komunikasi menjadi penting untuk diterapkan. Selain itu gaya yang digunakan dipengaruhi oleh banyak

---

<sup>11</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Interpersonal* (Jakarta : Kencana, Ed. I, 2015), h. 254.

<sup>12</sup>Ivan, *Memahami Gaya Komunikasi*, diakses dari tanggal [30/04/2020]  
<http://harmonipsikologi.blogspot.com/2012/01/memahami-gaya-komunikasi.html>

faktor, gaya komunikasi adalah sesuatu yang dinamis dan sangat sulit untuk ditebak. Gaya komunikasi adalah sesuatu yang relatif.<sup>13</sup>

#### **b. Aspek-aspek Gaya Komunikasi**

Menurut Norton, gaya komunikasi dibagi menjadi sepuluh, yaitu:

- 1) Dominant, komunikator dominan dalam berinteraksi. Orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraan.
- 2) Dramatic, dalam hal berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang mengandung kiasan, metafora, cerita, fantasi dan permainan suara.
- 3) Animated Expresive, warna dalam berkomunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture, dan gerak badan.
- 4) Open, komunikator bersikap terbuka, tidak ada rahasia sehingga muncul rasa percaya diri dan terbentuk komunikasi dua arah.
- 5) Argumentative, komunikator cenderung suka berargumen dan agresif dalam berargumen.
- 6) Relaxed, komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain.
- 7) Attentive, komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati dan sensitive.
- 8) Impression Leaving, kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya.

---

<sup>13</sup>Ivan, Memahami *Gaya Komunikasi*, diakses dari tanggal [30/04/2020]  
<http://harmonipsikologi.blogspot.com/2012/01/memahami-gaya-komunikasi.html>

- 9) Friendly, komunikator bersikap ramah tamah dan sopan saat sedang menyampaikan pesan kepada penerima pesan (komunikasikan).
- 10) Precise, gaya yang tepat di mana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

### c. Macam-macam Gaya Komunikasi

Menurut Kreitner dan Knicki dalam Mc. Sebagaimana dikutip oleh fiona puspita dewi, Gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula, kesesuaian dalam gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud pengirim (sender), dan harapan dari penerima (receiver). Gaya Komunikasi dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu ; *Assertive Style*, *Aggresif Style*, dan *Passive Style* atau gaya Adapun penjelasan tiap gaya komunikasi adalah sebagai berikut:<sup>14</sup>

#### 1) *Assertive Style*

Gaya Komunikasi ini dimana komunikator membuat pernyataan secara langsung yang disertai dengan pertimbangan perasaan, ide, dan harapan. Komunikator dengan gaya ini memiliki kemampuan untuk mendengarkan dengan baik sehingga membiarkan orang lain terbuka dalam melakukan negosiasi dan kompromi, bisa menerima dan memberikan kritik serta memberikan

---

<sup>14</sup>Fiona Puspita Dewi, “*Gaya Komunikasi Pemimpin PT fition yang dipimpin lebih dari satu pemimpin*” jurnal E-Komunikasi, vol, No 1, 2013, komunikasi

perintah secara langsung. Saat perilaku pribadi menyangkut dalam emosi yang tepat, jujur, relatif terus terang, tanpa perasaan cemas pada orang lain.

Adapun ciri – ciri *Assertive Style* dalam gaya komunikasi sebagai berikut:

- a) Cek Perasaan Orang lain, (b) Sedikit pernyataan, selalu ada pengharapan, (c) Efektif dan aktif mendengarkan, (d) Ekspresi diri secara langsung, jujur dan segera, (e) Menyukairasa humor dan guyon.<sup>15</sup>

## 2) *Aggressive Style*

Gaya komunikasi ini merupakan dimana seseorang komunikator memiliki sifat mempertahankan diri dan hak-haknya secara langsung namun terkadang berperilaku tidak pantas. Komunikator jenis ini lebih menyatakan pendapat, gagasan dan perasaan secara jelas dan terhormat dalam menyatakan perasaannya dengan mudah mengenai apa yang diinginkannya. Komunikator jenis ini seringkali menyakini orang lain dengan kalimat–kalimat yang sarkastik atau bercanda berlebihan<sup>16</sup>

Komunikator yang agresif mencoba membuat orang lain melakukan apa yang mereka inginkan dengan menginduksi rasa

---

<sup>15</sup>Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet. 1 h. 318

<sup>16</sup>Zamris Habib. “*Gaya Komunikasi Mama Dede*”. Di [www.zamrishabib.web.id](http://www.zamrishabib.web.id) [15/02/2020)



bersalah atau ingin menggunakan intimidasi, serta tidak memperhitungkan perasaan orang lain dan sering berbicara keras

Adapun ciri-ciri *Aggressive Style* dalam gaya komunikasi sebagai berikut:

(a) Tertutup, (b) Sedikit mendengarkan, (c) Suka mendengarkan orang lain, (d) Intrupsi, (e) Monopoli Pembicaraan<sup>17</sup>

### 3) *Passive Style*

Gaya komunikasi dimana komunikan tidak mengekspresikan perasaan, ide, dan harapannya secara langsung. Dalam gaya ini, Komunikator cenderung akan banyak tersenyum dan lebih banyak menyampaikan kebutuhannya kepada orang lain. Komunikator juga cenderung melakukan tindakan dibandingkan mendengarkan, Gaya pasif ini cenderung menggunakan suara lemah lembut, serta sering berhenti berkata-kata dan cenderung tidak melakukan kontak mata dengan komunikan.<sup>18</sup> Adapun ciri-ciri *Passive Style* dalam gaya komunikasi sebagai berikut : (a) Tidak langsung, (b) Menyampaikan kebutuhannya, (c) Ragu-ragu, (d) Lemah Lembut, (e) Jarang Ekspresikan Wajah).

---

<sup>17</sup>Liliweri Alo, *Ibid.* h.318

<sup>18</sup>Rohim, H. Syaiful. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi.* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2016). Cet 1, h. 128-132

### 3. Dakwah

#### a. Pengertian Dakwah

Pengertian Dakwah Ilyas Ismail & Prio Hotman mengemukakan, dalam bahasa al Qura'an, dakwah terambil dari kata *دعا-يدعُو - دعوة*, yang secara lughawi (*etimologi*) memiliki kesamaan makna dengan kata *al nida* (سورَّالانداء) yang berarti menyeru atau memanggil). Yang ada di Al - Qur'an yang berbunyi Pada Surat Fussilat Ayat 33 :

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ  
 الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya : (Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang sholeh, dan berkata: “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri).

Menurut Muhammad Sulthon definisi dakwah adalah setiap aktivitas dengan lisan ataupun tulisan dan lainnya, yang bersifat menyeru, mengajak memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT. Sesuai dengan garis aqidah, syari'ah dan akhlak islamiyah.<sup>19</sup>

Pada awalnya, dakwah merupakan tugas sederhana yakni kewajiban untuk menyampaikan apa yang diterima oleh rasulullah

---

<sup>19</sup>Sulthon Muhammad. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya. 2003.  
 h. 9

sebagaimana hadist: Ballighu Dari Abdullah bin Amr radhiyallahu ta'ala 'anhu, bahwa Nabi shallallaahu 'alaihi wa sallam bersabda,

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya : “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (Hr.Bukhori)

#### **b. Media Dakwah**

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu median yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera, pesan yang diterima oleh panca indera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia, untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu sebelum dinyatakan dalam tindakan.<sup>20</sup> Sedangkan dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, media dakwah ini dapat berupa barang atau alat, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.<sup>21</sup>

Ada beberapa macam media dakwah menurut Samsul Munir dalam bukunya “Ilmu Dakwah” dibagi menjadi dua, yaitu :

---

<sup>20</sup> Cangara, Hafidzh, 2010, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h.123

<sup>21</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.63

- 1) Non Media Massa
  - a) Manusia:utusan, kurir, dan lain-lain
  - b) Benda:telepon, surat, dan lain-lain
- 2) Media Massa
  - a) Media massa manusia: pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah,dan lain-lain
  - b) Media massa benda: spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain
  - c) Media massa periodik cetak dan elektronik: visual, audio, dan auto visual.<sup>22</sup>

Ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam rangka menentukan media dakwah yang tepat dalam suatu aktivitas dakwah, prinsip-prinsip tersebut adalah :

- 1) Tidak ada satupun media yang paling baik.
- 2) Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
- 3) Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwah.
- 4) Media yang dipilih sesuai dengan sasaran dakwah
- 5) Pemilihan dakwah dengan cara objektif.
- 6) Efektifitas dan efisiensi harus diperhatikan Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan

---

<sup>22</sup>Samsul Munir Amin, *Imu Dakwah*, h.144

yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat.<sup>23</sup>

### c. Metode Dakwah

Metode Dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan materi dakwah islam. Metode dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima pesan-pesan dakwah. Suatu pesan walaupun baik, tetapi dalam menyampaikan dengan menggunakan metode yang tidak benar, pesan tersebut bisa ditolak oleh penerima pesan.

Menurut Asmuni Syukir untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif dan efisien, beberapa metode dakwah yang dapat digunakan oleh juru dakwah antara lain:<sup>24</sup>

#### 1) Metode Ceramah (Retorika)

Ceramah adalah suatu metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara seorang da'i atau mubaligh pada suatu aktivitas dakwah. Ceramah dapat pula bersifat propaganda, kampanye, berpidato (retorika), khutbah, sambutan, mengajar, dan sebagainya.

#### 2) Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya (obyek dakwah) untuk

---

<sup>23</sup>Samsul Munir Amin, *Imu Dakwah*, h.114

<sup>24</sup>Asmuni Syukir, Op. Cits, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, h. 104-106.

menyatakan sesuatu masalah yang dirasa belum mengerti da'i atau mubaligh sebagai penjawabnya.

3) Metode Debat (*Mujadalah*)

Debat adalah mempertahankan pendapat dan ideologinya agar pendapat dan ideologinya itu diakui kebenaran dan kehebatannya oleh musuh (orang lain).

4) Metode Percakapan Antar Pribadi (Percakapan bebas)

Percakapan antar pribadi atau individu conference adalah percakapan bebas antara seseorang da'i atau mubaligh dengan individu-individu sebagai sasaran dakwahnya. Percakapan pribadi bertujuan untuk menggunakan kesempatan yang baik di dalam percakapan atau mengobrol untuk aktivitas dakwah.

5) Metode Demonstrasi

Berdakwah dengan cara memperlihatkan suatu contoh, baik berupa benda, peristiwa, perbuatan dan sebagainya dapat dinamakan bahwa seseorang da'i yang bersangkutan menggunakan metode demonstrasi. Artinya suatu metode dakwah, dimana seorang da'i memperlihatkan suatu terhadap sasaran (massa), dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.

6) Metode Mengunjungi Rumah (Silaturahmi)

Metode dakwah yang dirasa efektif juga untuk melaksanakan dalam rangka mengembangkan maupun membina umat islam ialah

metode dakwah dengan mengunjungi rumah obyek dakwah atau disebut dengan metode silaturahmi atau *home visit*.

#### **d. Materi Dakwah**

Materi dakwah adalah masalah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan da'i pada mad'u dalam kegiatan dakwah menuju tercapainya tujuan dakwah.<sup>25</sup> Pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. *Maddah* atau materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan Al-Hadist yang meliputi Aqidah, Syari'ah, muamalah, dan Akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya

Materi yang disampaikan oleh seseorang da'i harus cocok dengan bidang keahliannya, juga harus cocok dengan metode dan media serta objek dakwahnya. Dalam hal ini, yang menjadi *Maddah*(materi) dakwah adalah ajaran islam itu sendiri.<sup>26</sup> dan adapun macam macam materi dakwah yaitu :

- 1) Masalah Aqidah ((keimanan)
- 2) Masalah Syari'ah
- 3) Masalah muamalah
- 4) Masalah Akhlak

---

<sup>25</sup>Faizah dan Lalu Muchsin Effendi *Psikologi Dakwah* Jakarta :Kencana 2009 h. 3.

<sup>26</sup>H.M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana,2006) h.26-27

## 4. Media

### a. Pengertian Media

Suatu alat perantara atau pengantar yang berfungsi untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber dapat kepada penerima pesan.

Pendapat lain mengatakan arti media adalah segala bentuk saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Dengan kata lain, media dapat didefinisikan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan.

Secara etimologi kata “media” berasal dari bahasa Latin, yaitu “medius” yang artinya “tengah, perantara atau pengantar.” Istilah “media” pada umumnya merujuk pada sesuatu yang dijadikan sebagai wadah, alat, atau sarana untuk melakukan komunikasi. Menurut para ahli pengertian media itu adalah :

- 1) Menurut Syaiful Bahri Djamarah, pengertian media itu adalah suatu alat bantu yang dapat digunakan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan.
- 2) Menurut Arif S. Sadirman, pengertian media itu adalah segala fisik yang dapat menyajikan pesan dan merangsang siswa untuk belajar.
- 3) Menurut Leslie J. Briggs. Pengertian media itu adalah suatu alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi,



Media dapat berupa video, gambar, buku, televisi, dan lain sebagainya

- 4) Menurut Ahmad Rohani, pengertian media itu adalah segala sesuatu yang dapat ditangkap oleh indera manusia dan berfungsi sebagai perantara, sarana, atau alat untuk proses komunikasi.
- 5) Menurut Santoso S. Hamijaya, pengertian media adalah segala bentuk perantara yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pesan sehingga sampai kepada penerimanya.

Maka media itu bisa disebut juga komunikasi suatu alat sarana yang canggih seperti internet, televisi dan radio yang di dalamnya berita hiburan, informasi, pendidikan, data dan lain-lainnya yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat khalayak.

#### **b. Fungsi Media Secara Umum**

Seperti yang disebutkan di paragraf awal, penggunaan istilah “media” dapat digunakan pada berbagai bidang, misalnya media informasi, media pembelajaran, dan lainnya. Secara umum, suatu media memiliki fungsi yang sama, beberapa diantaranya adalah :

- 1) Sebagai sarana informasi kepada masyarakat
- 2) Membantu mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan daya indera.
- 3) Sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan, relaksasi, dan pengalihanperhartian dari ketegangan sosial

- 4) Sebagai sarana untuk pendidikan bagi masyarakat secara umum, dan bagi para siswa secara khusus.
- 5) Sebagai sarana untuk melakukan pengawasan atau kontrol sosial bagimasyarakat.

### c. Jenis-jenis Media

#### 1) Media Audio

Pengertian media audio adalah jenis media yang melibatkan indera yang melibatkan indera pendengaran (telinga) yang memanipulasikemampuan suara. Pesan yang dapat disampaikan dalam media audio adalah pesan verbal (bahasa lisan atau kata – kata) dan pesan non-verbal (Musik,Vokalisasi, bunyi-bunyian lainnya).<sup>27</sup>

#### 2) Media Visual

Media Visual adalah jenis media yang melibatkan inderapenglihatan.(mata). Beberapa media visual diantaranya :

- a) Media Visual Verbal : media visual yang berisi pesan verbal atau pesan linguistik berbentuk tulisan. Misalnya buku, majalah, surat kabar, dan lainnya.
- b) Media Visual Grafis : media visual yang berisi pesan non-verbaldimana pesan berupa simbol-simbol atau unsur-unsur grafis, misalnya sketsa, foto, gambar, diagram, peta, dan lainnya.

---

<sup>27</sup>Menurut Rudi Brets (*Media Pembelajaran*, 2008:52), <https://www.maxmanroe.com>. [15/02/2020]

c) Media visual non-cetak ; media visual yang berisi pesan dalam bentuk tiga dimensi. Misalnya diorama, miniatur, model, mock up, dan specimen.

### 3) Media Audio Visual

Media audio visual adalah jenis media yang melibatkan indera pendengaran dan indera penglihatan secara bersamaan dalam satu proses. Pesan yang disalurkan pada jenis media ini bersifat verbal dan non verbal. Misalnya film drama, film dokumenter, dan lain-lain.

## 5. Instagram

### a. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi pada aplikasi ini instagram terdiri dari dua kata “*Insta*” dan “*Gram*”. Kata “*Insta*” berasal dari kata “Instan”, yang berarti bahwa instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan “*Gram*” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga Instagram dapat mengacu ke kata “Insta-Telegram”.<sup>28</sup>

Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *headphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang

---

<sup>28</sup>Instagram (online), <https://id.m.wikipedia.org/Instagram>.Wikipedia.[01/03/2020)

hampir sama dengan media sosial *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>29</sup>

Karna Instagram juga sebuah aplikasi media berbagi foto dan video maka dari itu dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto dan video menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

#### **b. Sejarah Instagram**

Setelah memahami definisi dari instagram maka akan terasa kurang pas jika anda kurang memahami asal – usul atau sejarah terbentuknya instagram itu sendiri. Pada awalnya aplikasi instagram yang dulunya masih bernama Burbn didirikan oleh suatu perusahaan yang bernama Burbn didirikan oleh suatu perusahaan yang bernama Burbn Inc. dan dipelopori oleh kedua CEO mereka yakni Mike Krieger dan Kevin Systrom pada tahun 2010.

Burbn Inc. merupakan suatu perusahaan startup yang memang bergerak di bidang pengembangan aplikasi untuk mobile phone. Pada awalnya aplikasi ini hanya dapat digunakan oleh Iphone saja dan memiliki terlalu banyak fitur namun akhirnya dikurangi oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom menjadi aplikasi untuk share foto, komentar dan juga menyukai. Inilah awal mula terbentuknya instagram

---

<sup>29</sup>Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 10.

dan akhirnya pada tahun 2012 perusahaan facebook secara resmi mengambil alih pengelolaan instagram. Dan setelah melewati waktu yang cukup panjang pada tahun 2016 logo resmi instagram diubah dan diperkenalkan ke publik dengan tampilan yang lebih stylish serta elegan seperti yang kita jumpai saat ini.

### **c. Pemanfaatan Instagram**

Pemanfaatan merupakan turunan dari kata manfaat, yakni suatu penghadapan yang semata mata menunjukkan kegiatan menerima, penghadapan tersebut pada umumnya mengarah pada perolehan dan pemakaian hal-hal berguna yang berguna baik di pergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat. Banyaknya juga pengguna internet merupakan salah satu pendukung dari adanya dakwah dalam media sosial. Mereka juga memanfaatkan media sosial sebagai wadah baru untuk lebih berkembang. Para ulama memanfaatkan media sosial sebagai jalur dakwah yang efektif. kemudian, ia juga menyatakan bahwa pengguna internet oleh masyarakat saat ini telah menjadi sebuah kebutuhan sehari – hari. Hal tersebutlah yang menjadi potensi besar untuk mengembangkan dakwah melalui media sosial.

Menurut J.S. Badudu dalam kamus umum Bahasa Indonesia, mengatakan bahwa: “pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna”. Maka, pemanfaatan dapat diartikan sebagai suatu upaya menggunakan sesuatu untuk

mendapatkan kegunaan baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>30</sup> Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dari smartphone yang di gunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita memfollow akun instagram kita.

Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang di gunakan berbagi foto dan video membuat para Da'i dan dan Dai'ah turut membagikan pesan dakwahnya melalui media sosial, bukan hanya Da'i saja tapi remaja atau anak muda juga suka membagikan pesan dakwahnya yaitu lewat instagram.

#### **d. Langkah-langkah Membuat Akun di Instagram**

Langkah-langkah membuat Instagram di android sebagai berikut:

- 1) proses pertama kali yang dilakukan ketika membuat akun instagram adalah mengunduh aplikasi instagram melalui playstore (penggunaan android) dan apsstore (pengguna Apple). Setelah unduhan selesai, instal instagram di ponsel.
- 2) Jalankan aplikasi instagram kemudian tekan tombol Sign Up untuk melakukan registrasi.
- 3) Isi data-data yang ada di dalam kolom yaitu email, nama pengguna dan kata sandi.

---

<sup>30</sup>J.S. Badudu, *Kamus umum Bahasa Indonesia*,(Jakarta:Pustakan Sinar Harapan,1994), h. 933.

- 4) Atur gambar profil, yaitu dengan mengambil dari gambar yang sudah ada di galeri ponsel atau dengan mengambil langsung menggunakan kamera ponsel.
- 5) Tekan tombol sign up untuk mendaftar
- 6) Instagram telah berhasil melakukan registrasi dan siap untuk digunakan.

**e. Instagram sebagai Media Dakwah**

Hakikat dakwah adalah mempengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalankan ideologi (pengajak)-nya. Sedangkan pengajak (da'i) sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya agar dakwah tersebut agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah. terkait dengan penggunaan media dakwah, media internet akan menjadi media yang efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus batas ruang dan waktu. Cakupan geografis dakwah melalui internet tidak terbatas. Semua pengguna internet dapat tersentuh oleh dakwah jenis ini oleh karena itu, tidak mengherankan, jika dalam perkembangan selanjutnya media ini menempatkan posisi yang lebih kuat dibandingkan dengan media yang sudah ada sebelumnya. Ada tiga Alasan mengapa dakwah melalui internet itu penting :

- 1) Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Internet merupakan sarana yang mudah dan murah untuk selalu terhubung dengan komunitas muslim yang tersebar di segala penjuru dunia.
- 2) Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan satu sisi oleh banyak media barat perlu diperbaiki, Internet menawarkan kemudahan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ketuhanan ke seluruh dunia.
- 3) Pemanfaatan internet dakwah, dengan sendirinya juga menunjukkan bahwa muslim bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan peradaban yang ada selama tidak bertentangan dengan akidah.<sup>31</sup>

Begitu besarnya potensi dan efisiensi yang dimiliki oleh internet dalam membentuk jaringan dan pemanfaatan dakwah, maka dakwah pun dapat dilakukan di media sosial yang terlahir dalam perkembangan internet. Instagram adalah salah satu dari media sosial yang ada, merupakan bagian dari internet yang juga memiliki daya pengiriman informasi kepada khalayak dengan karakteristik instagram itu sendiri.

Seperti media sosial lainnya, Instagram juga memiliki beberapa kelebihan sebagai media komunikasi dakwah, diantaranya

- 1) Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya energi yang relatif terjangkau

---

<sup>31</sup>Fathul Wahid, *E-Dakwah Melalui Internet*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2004), h. 31



- 2) Pengguna jasa Internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berartiberpengaruh pula pada jumlah penyerap pada misi dakwah.
- 3) Para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui internet bisa konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i.
- 4) Dakwah melalui Internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari.
- 5) Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiah melalui internet bisa terjangkau segmen yang luas. Sejatinya, tak hanya konsep dakwah konvensional yang dapat diberikan melalui internet. Umat Islam bisa memanfaatkan teknologi itu untuk kepentingan bisnis islami, silaturahmi dan lain-lain.<sup>32</sup> selain yang telah dipaparkan diatas, Instagram sebagai media dakwah memiliki cara dan bentuk dakwah yang sesuai dengan jenis media sosial tersebut.

Pada dasarnya Instagram adalah aplikasi media sosial dengan jenis Photo dan Video sharing. sehingga dakwah yang ada di dalam Instagram pun variatif dan beraneka ragam. Dan bisa juga Instagram digunakan untuk yang baik dan bermanfaat dan bergunabagi masyarakat.

---

<sup>32</sup>Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010) h. 172

## 6. IGTV

IGTV adalah aplikasi video mandiri dari instagram untuk smartphone Android dan IOS, Dalam Aplikasi ini, unggahan video berdurasi lebih panjang dibandingkan dengan unggahan kiriman di instagram. Sementara IGTV tersedia sebagai aplikasi mandiri, fitur yang serupa juga dapat ditemukan dalam aplikasi dan situs web instagram.<sup>33</sup>IGTV juga mengharuskan pengguna untuk masuk dengan akun instagram. Perangkat seluler ini dapat mengunggah video dengan durasi hingga 15 menit, dan berukuran hingga 650 mb, Sementara pengugahan melalui peramban web dekstop dapat berdurasi hingga 60 menit dengan ukuran file 3.6 GB.<sup>34</sup> Aplikasi secara otomatis akan memutar video setelah aplikasi diluncurkan, setelah Kevin Systrom memberikan kritikan kepada host video yang mana seseorang pengunjung mesti menemukan suatu video yang ingin ditonton.<sup>35</sup> Akun Instagram yang memiliki saluran IGTV akan mempunyai tab IGTV di halaman profil mereka. Selain itu, unggahan di IGTV dapat dilakukan mirroring ke halaman facebook yang telah ditautkan. Pada Mei 2019, IGTV memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan melihat video dalam

---

<sup>33</sup>“How to use Instagram’s new IGTV app”. *South China Morning Post* (dalam bahasa inggris). Diakses tanggal 2018-07-02

<sup>34</sup>“What are the video upload requirements for IGTV? / Instagram Help Center”. *Instagram Help*. Diakses tanggal June 27, 2018

<sup>35</sup>Rosney, Daniel (20 June 2018). “Instagram now allows 60-minute videos “ *BBC News*. Diakses tanggal 21 June 2018

orientasi vertikal maupun horizontal, yang pembaruan sebelumnya hanya menerima orientasi vertikal.<sup>36</sup>

## **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

Dalam penelitian ini, penulis mengacu pada penelitian yang akan dilaksanakan saat ini, berikut ini beberapa hasil penelitian relevan yang dijadikan bahan telaah bagi peneliti:

1. Penelitian oleh Assyifa Qolbi Sanjaya (2019), Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta yang berjudul “Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat dalam Berdakwah”. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi dapat dijadikan untuk dakwah
2. Penelitian ini Ahmad Sairoji (2020), Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta yang berjudul “Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Arifin Ilham” (Studi Kasus dalam Ceramahnya yang berjudul “Ikuti Maunya Allah”). Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi inidijadikan dalam menjalankan dakwah sehari-hari.
3. Peneltian ini Astrid Novia Pahlupy (2019), Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki di *Youtube*”. Penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki menjalankan dakwah sehari hari di dalam media sosial.

---

<sup>36</sup>“IGTV Now Supports Landscape Videos” *Instagram* (dalam bahasa inggris). 2019-05-23. Diakses tanggal 2019-05-29.

4. Penelitian ini Mida Al Kusani (2019), Mahasiswa Fakultas Dakwah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto yang berjudul “Analisis Konten Dakwah Remaja dalam Akun Instagram @Hanan\_Attaki”. Penelitian ini menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki berdakwah tentang konten remaja di media instagram dalam sehari-hari.

Dan peneliti juga membahas ada beberapa gaya komunikasi pada tokoh tokoh lain adapun pada Ustadz Hanan Attaki belum ada membahas gaya komunikasinya di dalam media instagram.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Tujuan Operasional Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Hanan Attaki di dalam media instagram

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian ini

##### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan mengambil di Instagram(IGTV) yang terdapat pada akun Instagram Ustadz @Hanan\_Attaki

##### 2. Waktu Penelitian

Adapun penelitian dilakukan pada bulan Juli –Agustus 2020 hingga disetujui skripsi ini, Adapun objeknya yang di teliti Founder Shift Pemuda Hijrah pada akun Instagram Ustadz @Hanan\_Attaki.

**Tabel.3.1**  
**Penulisan dan Penelitian Skripsi**

No	Nama kegiatan	Bulan															
		Februari				Maret				April			Mei			Juni	
1	Membuat Proposal	*	*	*	*												
2	Mencari data relavan					*	*	*	*								
3	Pengumpulan data									*	*	*					
4	Pengolahan data												*	*	*		
5	Penjilitan data															*	*

### C. Latar\Setting Penelitian

Dalam hal ini penelitian yang digunakan yaitu pada akun Instagram Ustadz @Hanan\_attaki yaitu:

suatu penelitian ini yang dilaksanakan untuk bagaimana cara menggunakan gaya komunikasi dakwah hanan attaki ini yang berupa dua video di dalam media instagram yang berjudul “Kejaiban hidup datang lewat “Diam” dan “Pinjamkan harta terbaik kita kepada Allah” yang melibatkan bisa menarik perhatian pengguna instagram media dakwah dengan baik dan benar karna dapat menggunakan instagram ini supaya lebih efektif.

### D. Metode dan prosedur Penelitian

Jenis Penelitian ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa observasi yang seperti video-video dakwah, foto dan terdapat di akun Instagram Ustadz @Hanan\_attaki yaitu seorang Pemuda Hijrah yang terkenal di sosial media yang berasal asli dari kota Aceh yang tinggal sekarang di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini Penulis menggunakan tokoh gaya komunikasi (*Communication Style*) menurut Kreitner & Knicky yang saya ambil ,gaya komunikasinya menjadi dua, yaitu : *Assertive Style*, dan *Passive Style*. . Teori ini digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki dengan berupa video di instagram. Dengan demikian metode penelitian ini mencoba menganalisis ceramah sebagai objek penelitiannya yang didalam dua video Instagram yang berjudul “ Kejaiban hidup datang lewat “Diam” dan “Pinjamkan Harta terbaik kita kepada Allah”

## E. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka-angka, melainkan berbentuk, observasi atau dokumen foto, video ataupun rekaman ceramah Ustadz Hanan Attaki didalam media instagram. Sumber data dalam penelitian ini yaitu :

### 1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>1</sup> Dalam penelitian sumber data primer berupa rekaman video Ustad Hanan attaki yang berdakwah dua videodalam media instagram yang berjudul “ Kejaiban hidup datang lewat “Diam” dan “Pinjamkan harta terbaik kita kepada Allah”.

### 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pendukung atau data tambahan untuk melengkapi sumber dan referensi yang relavan dengan penelitian ini antara lain buku dan journal. Journal E-Komunikasi Fiona Puspita Dewi, ”*Gaya Komunikasi Pemimpin PT Fition yang Dipimpin Lebih Dari satu Pemimpin*”.

Buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* Hafied Cangara, buku *Ilmu Komunikasi* karangan Onong Uchajana Efendi, buku *Komunikasi dakwah Wahyu Ilaihi*, Sumber internet *instagram wikipedia* dan Sumber-sumber lainnya yang relavan.

---

<sup>1</sup>Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2011) Cet. 30, h.225

## **F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan dengan menggunakan teknik studi komunikasi ada, dokumentasi adalah mengambil data yang di peroleh beberapa dokumen melalui foto, video ataupun rekaman ceramah Ustad Hanan Attaki, adapun cara lain menggunakan pedoman :

1. Pedoman Observasi

## **G. Teknik Penulisan**

Teknik Penulisan yang digunakan dalam Panduan Praktis Menulis Skripsi diterbitkan oleh Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun Akademik 2018.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum tentang Latar Penelitian**

##### **1. Biografi dan Profil Ustad Hanan Attaki**

Kajian-kajian atau topik ceramah yang dibawah ustadz Hanan Attaki sangat muda di mengerti dan ringan sehingga banyak masyarakat khususnya anak muda.<sup>1</sup>

##### **2. Masa Kecil**

Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 desember 1981 dengan nama lengkap Tengku Hanan Attaki. Ia memiliki 6 orang saudara dimana ia adalah anak kelima. Sejak masih anak – anak, Hanan Attaki sudah dekat dengan Al Qur'an.

Dikenal Cerdas saat masih duduk di sekolah dasar sehingga ia kemudian mendapat Beasiswa untuk pendidikannya. Beberapa kali Hanan Attaki menjuarai Musabaqah Tilawatil Qur'an didaerahnya hadiahnya berupa televisi dan juga sepeda. Untuk sepeda ia pergunakan berangkat ke sekolah setelah selesai menamatkan pendidikannya di pondok pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, beliau mendapat beasiswa ke Universitas Al Azhar, Kairo, Mesir karena pretasinya dalam hal Tilawatil Qur'an.

---

<sup>1</sup><https://biografi-tokoh-ternama.blogspot.co.id/2017/08/biografi-Ustadz-HananAttaki-lc-founder-pemuda-hijrah.html>. diakses pada tanggal 11/08/2020

### **3. Kuliahdi Al azhar, Mesir**

Di Al Azhar, Hanan Attaki kuliah Fakultas Ushuluddin dengan mengambil jurusan Tafsir Al-Qur'an. Sewaktu kuliah di Kairo, Mesir, Hanan Attaki bergabung dalam kelompok study Al-Qur'an dan dan Ilmu-Ilmu Islam dan menjadi pemimpin redaksi dari bulletin 'Salsabila' yang dipimpin oleh beberapa tokoh ikhwanul muslimin mesir.

untuk mencukupi kebutuhannya selama kuliah di Mesir, Hanan Attaki mencoba banyak bisnis, mulai dari cathering, berjualan bakso, hingga sebagai joki hajar aswad saat musim Haji tiba dengan modal nekat. Disini pula Hanan Attaki bertemu dengan jodohnya, istri Hanan Attaki yang bernama Haneen Akira. Mereka berdua menikah disaat sama-sama menempuh pendidikan di Al-Azhar, Kairo, Mesir. Dari pernikahannya dengan Ustadzah Haneen Akira, Hanan Attaki mempunyai tiga orang anak bernama Maryam,Aisyah dan Yahya.

### **4. Qori Terbaik**

Di tahun 2004, Hanan Attaki menamatkan kuliahnya di Al-Azhar, Kairo Mesir dan mendapat gelar (LC). Di tahun 2005, ia sempat terpilih sebagai Qori terbaik Fajar Tv, Kairo dan mengisi acara tilawah di channel Fajar Tv dan Iqro Tv.

## 5. Mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah

Di Bandung, Hanan Attaki bekerja sebagai pengajar SQT ( Sekolah Qur'an Tahfidz) Habiburahman dan jendela Hati, menjadi direktur Rumah Qur'an Salman di ITB (Institut Teknologi Bandung).

Di kota Bandung pula Mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah pada bulan maret 2015 yang kemudian menjadi saluran dakwahnya yang ada di media sosial maupun di Instagram dan di Youtube yang memiliki akun Instagram @Shiftmedia.id (Pemudah Hijrah), Karna itu Ustadz Hanan Attaki tergerak Mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah untuk merangkul anak-anak muda tersebut dalam kegiatan dakwahnya, "Kira-kira 30 orang lebih Gerakan pemuda hijrah."Ucap Inong salah satu pendiri Shift gerakan pemuda hijrah saat berbincang dengan *CNNIndonesia.com* di Masjid Latief, Bandung, bulan April tahun 2019 lalu, Shift atau Pemuda Hijrah terbentuk, Karna Ustadz Hanan Attaki sering menggunakan komunikasi yang lebih familiar karna tujuannya untuk berdakwah di media sosial ingin mengajak anak muda bergabung di dalamnya agar lebih dicerna,diterima dan disukai oleh kaum milenial.<sup>2</sup>

## 6. Aktif Mengisi Kajian Keislaman

Selain menjadi Founder Pemuda Hijrah dan mengajar berbagai tempat dan terdapat juga di dalam media sosial Instagram, disini jamaahnya dan para pengguna instagram banyak di ikuti oleh para pemuda

---

<sup>2</sup><https://m.cnnindonesia.com/nasional/shift-gerbang-masuk-anak-muda-bandung-menuju-hijrah> [13-09-2020]

sebab kajiannya yang ia bawakan itu menarik dan penyampaiannya pun jelas dan mudah di mengerti.

**a. Fakta Menarik Sosok Ustadz Hanan Attaki**

**1) Memiliki Suara Lembut dan Merdu**

Pemilik akun Instagram @Hanan\_Attaki ini memiliki suara yang sangat merdu dan lembut dan juga memiliki suara yang sangat khas. Saat membaca Al-Qur'an dan menjadi imam shalat. Suara yang dikeluarkan sangat merdu hal ini membuat orang yang mendengarkannya merasa tenang.

**2) Berpenampilan Modis**

Gaya berdakwah Ustadz Hanan Attaki sangat berbeda pada penceramah lainnya. Karena pada saat melakukan dakwahnya Hanan Attaki berpenampilan sangat gaul seperti anak muda. Meskipun berpenampilan sangat gaul seperti anak muda. Meskipun berpenampilan sangat gaul, Hanan Attaki tetap menjadi sosok Ustadz yang di kagumi banyak orang khususnya anak muda. Tujuan berpenampilan gaul tentu bertujuan untuk mengajak para anak muda untuk mengikuti kajian Ustadz Hanan Attaki.

**3) Memiliki Hobi yang Sangat Menarik**

Hanan Attaki memiliki hobi yang dimiliki para anak – anak muda zaman sekarang. Selain mengisi ceramah agama, Hanan Attaki juga hobi berpetualang seperti Touring, Tidak hanya itu,

Hanan Attaki juga memiliki hobi yang sangat kekininian bagi anak muda yaitu, bermain Skateboard dan menikmati kopi.<sup>3</sup>

#### **4) Memiliki Gaya Busana yang Berbeda**

Gaya busana Ustadz satu ini memang berbeda dari Ustadz lainnya, Ia memiliki pakaian yang modis dan gaul saat menjalankan acara pengajian karna tujuan berbusana seperti itu untuk mengajak kawula muda untuk mengikuti kajian yang ia selenggarakan.<sup>4</sup>

#### **5) Dakwah Untuk Anak Muda**

Dakwah yang disampaikan oleh Hanan Attaki tertuju kepada generasi anak muda dengan mengajak hijrah ke jalan yang benar. Hanan Attaki dalam ceramahnya banyak berpesan tentang perbuatan tercela yang dilakukan pada masa remaja, Maka tak heran disetiap kajian yang diadakan, Hanan Attaki suka memberi julukan khusus untuk anak muda yang belum punya jodoh atau yang masih jomblo. Tujuannya agar para anak muda menjadi “Jomblo Fisabilillah” yaitu orang yang taat pada agama dan senantiasa menjauhi larangan-Nya. Maka setiap kajian yang diadakan Hanan Attaki, selalu dipenuhi oleh anak-anak muda. Semoga kebaikan yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dapat kalian tiru dan bisa kalian amalkan menajdi pahala.

---

<sup>3</sup><https://m.detik.com>, diakses pada tanggal [16/08/2020]

<sup>4</sup><https://www.dailysia.com/biodata-profil-dan-fakta-ustadz-hanan-attaki> [06/092020].

## B. Temuan Penelitian

1. Temuan berdakwah Ustadz Hanan Attaki ini sering dimana yaitu :
  - a. Masjid Al Lathif Bandung yang berjudul ceramahnya “Berbagi dan Taraweh” yakni pada pukul 19:00-20:30.
  - b. Masjid Trans Studio Bandung yang berjudul ceramahnya “Belajar Be Havior” yakni pada pukul 18.00-20.30.
  - c. Masjid Hidayatussalam Bandung yang berjudul ceramahnya “Go Shift-Cikampek” yakni pada pukul 18.00-20.30.
  - d. Masjid Al Murabbi Bandung yang berjudul ceramahnya “Nongkrong Bareng Uha” yakni pada pukul 18.00-20.30.
  - e. Lapangan Gor Segiri Samarinda yang berjudul ceramahnya “Nongkrong Bareng Uha” yakni pada pukul 12.00-21.00.
  - f. Sport center pantai panjang Bengkulu yang berjudul ceramahnya “Nongkrong Bareng Uha” yakni pada pukul 18.00-20:30<sup>5</sup>
  - g. Instagram yang berjudul ceramahnya “Saat Kecewa” yakni videonya yang berdurasi 1:14 menit<sup>6</sup>
  - h. Youtube yang berjudul ceramahnya yang berjudul “Mengubah wawasan menjadi perilaku” yakni videonya yang berdurasi 3:36 menit.<sup>7</sup>

Adapun berbagai ceramah Ustadz Hanan Attaki tadi beberapa lokasi yang dia ceramahi disini peneliti ingin membahas ceramahnya Ustadz Hanan Attaki yang terdapat di Instagramnya didalam dua video

---

<sup>5</sup><https://pemudahijrah.id.com> [06/09/2020]

<sup>6</sup>[https://Instagram.com/Hanan\\_Attaki](https://Instagram.com/Hanan_Attaki) [06/09/2020]



<sup>7</sup><https://www.youtube.com/HananAttaki> [06/09/2020]

yang berjudul “Kejaiban hidup datang lewat “Diam” dan “Pinjamkan Harta terbaik kita kepada Allah” berdurasi 9:23 menit dan 5:02 menit yang di Instagram yang menunjukkan teori Assertive Style dan Passive Style.


### C. Pembahasan Temuan Penelitian

Berikut adalah tabel dari hasil penelitian yang penulis lakukan agar mempermudah pembaca untuk memahami hasil dari penelitian.


**Tabel 4.1**  
**Kesimpulan Gaya Komunikasi Video 1**


Kalimat	Gambar	Indikasi	Gaya Komunikasi
Pada menit 00:26 – 00:44 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan “ <i>saya hari ini tadi sore posting tentang update berita di Pelestina ada seorang perempuan yang di tembak di perbatasan sama orang Israel kenapa saya off isi komen-nya karna saya tau ini undang emosi jadinya takut malah kemana mana kan jadi ngomong politik, jadi ngomong apa. mending di off saja</i> ”. <sup>8</sup>		a. Cek Perasaan orang lain	Assertive Style Komunikasi yang terbuka menghargai orang lain atau mementingkan perasaan orang lain sambil menggerakkan lima jaritangannya ke atas menghadap emad’umakanya komen – komennya nya tidak di aktifin karna tau akan menimbulkan konflik.
Pada menit 00:57-01:11 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan “ <i>Tapi saya tetap ingin share itu biar orang update berita dari sana itu lagi apa dan mudah mudahan saya berharap itu di repost (posting) orang banyak akhirnya jadi minimal membangun werlest</i>		b. Ekspresi diri secara langsung, jujur dan segera menyatakan perasaan dan keinginan	Assertive Style Komunikasi Ekspresi diri secara langsung, jujur dan segera menyatakan perasaan dan keinginan, Mukanya penuhekspresim enghadap

<sup>8</sup>[https://Instagram.com/Hanan Attaki](https://Instagram.com/Hanan_Attaki) “kejaiban dalam diam” pada tanggal [26-08-2020]


<p><i>masyarakat dunia bahwa Palestina itu layak untuk merdeka.”</i></p>			<p>kemasyarakat bahwa beliau telah menjelaskan keinginannya dan perasaannya untuk membangun masyarakat dunia bahwa Palestina itu layak merdeka, Gaya komunikasi ini membuat pernyataan ekspresi secara langsung, perasaan, ide, dan harapan, namu dalam kata kata yang disampaikan beliau menggunakan suara lemah lembut karna dapat dipahami dan disenangin sama masyarakat ataupun anak muda.</p>
<p>Pada menit 09:09 – 09:24 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan “<i>Sanging Allah pengen Zakaria menghabiskan tiga hari sebelum Allah menunjukkan kejaiban hanya dengan berzikir, Apa Pointnya disini kita pengen ada kejaiban dalam diam maka isilah diam kita dengan Zikrullah”</i></p>		<p>c. Sedikit Pernyataaan, Selalu ada Pengharapan</p>	<p>Assertive Style Gaya Komunikasi ini Sedikit pernyataan, selalu ada pengharapan yang menyertakan pertimbangan perasaan dan harapan, Dalam pernyataan beliau ini ketika menjelaskan ceramah mengenai</p>






			<p>Zakaria dan Maryam ingin punya anak hanya keajaiban dalam diam hanya dengan berzikir, tilawah, baca Al-Qur'an, mukanya santai suaranya jelas lalu jemari tangannya sambil berzikir bergerak ke arah mad'u dan nada suaranya beliau dengan lemah lembut tidak menggunakan tidak suara tegas, tidak berlebihan karna dapat dipahami dan dimengerti oleh mad'u dengan mudah</p>
<p>Pada menit 08:36-09:09 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan “<i>Jadi baca Qur'an. Kalau ada Qur'an, tapi dulu kan aca Taurat ya baca Taurat bisa, Dzikir bisa, Hayya Alash Shala bisa, Adzan bisa pokoknya semua bisa, Kecuali kalo ngomong itu tidak bisa MasyaAllah ya luar biasa, Kenapa ? karna Allah pengen Zakaria dzikir aja tiga kali jangan ngomong dengan manusia walaupun ucapannya baik kecuali dzikir jadi kalo ngomong dengan manusia Subhanallah, MasyaAllah, Alhamdulillah, Bismillah cuman gitu doang ngomongnya gak bisa eh elu mau kemana gak bisa</i></p>	 	<p>d. Menyukai Rasa Humor dan Berguyon</p>	<p>Assertive Style Gaya Komunikasi ini menyertakan rasa humor dan guyon agar mad'u yang mendengarkan kepada tertawa dan terhibur ekspresinya ketawa wanyengir dan tangannya tigajaribergerak menghadap ke depan, kiri dan kanan seakan beliau mengajak mad'u nya supaya paham apa yang telah dijelaskan supaya mad'u</p>


<p><i>InsyaAllah, InsyaAllah gitu, jadi cuman bisa dzikir”</i></p>		<p>tidak bosan dan tidak kaku mendengarkan ceramah yang telah disampaikan, inilah merupakan ciri ciri komunikasi assertive yang menggunakan rasa humor dan berguyon dan membuat pengguna media sosial atau mad'u ketawa</p>
--	--	---

**Tabel 4.2**  
**Kesimpulan Gaya Komunikasi Video 2**

Kalimat	Gambar	Indikasi	Gaya Komunikasi
<p>Pada Menit 01:24 -01:43 Ustadz Hanan Attaki Menyampaikan pesan “<i>Seperti yang pernah saya posting sebelumnya bahwa saya pribadi dan kita, temen-temen anak muda dan pemuda hijrah seluruh indonesia kita pengen bikin sebuah masjid yang disitu akan jadi pusat peradaban anak muda diseluruh indonesia karna saya berkeyakinan bahwa awal dari sebuah peradaban itu dibangun dengan masjid”</i></p> <p>Pada menit 02:06 – 02:28 Ustadz Hanan Attaki Menyampaikan pesan “<i>ketika kita ingin membangun peradaban anak muda dimana semua anak muda itu punya trend yang Islami punya be havior yang Islami punya semangat sepirit Islam yang luar biasa tapi tidak kehilangan sisi potensi –</i></p>		<p>a. Menyampaikan Kebutuhann yadan orang lain</p>	<p>Passive Style Gaya komunikasi ini bersifat lebih banyak menyampaikan kebutuhannya dan orang lain kepada masyarakat atau mad'u dan disini saya pribadi dan temen temen anak muda pemuda hijrah kita pengen membangun masjid salah satunya masjidnya anak muda yang sekitar ada studio moral tempat nongkrong, cafe, fotografi, videografi, edikator bisnis segalam macam untuk anak muda supaya berbeda dari yang lain agar anak muda menginspirasi sebuah Masjid yang tren</p>

<p><i>potensi anak muda yang gaul bermain yang nongkrong yang kreatif segala macam maka yang harus pertama kita bangun Masjidnya anak muda”</i></p>			<p>tersebut untuktaat beribadah yang tempatnya pusat peradaban anak muda yang sekitarnya itu bisa untuk berkreasi dan berkreatif.</p>
<p>Pada menit 04:31-04:45 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan “Siapa yang meminjamkan hartanya kepada Allah maka Allah akan memberikan harta itu berlipat ganda yang sangat banyak dan Allah lah yang mengenggam dan membagi-bagikan rezeki sekehendaknya”</p>		<p>b. Tidak Langsung</p>	<p>Passive Style Gaya Komunikasi ini komunikator tidak melakukan kontak mata dengan komunikan atau mad'u karna dia menyampaikan kebutuhannya lewat media sosial agar pengguna instagram berdonasi atau berwakaf untuk membangun masjid karna kata beliau “Siapa yang meminjamkan hartanya kepada Allah maka Allah akan memberikan harta itu berlipat ganda yang sangat banyak dan Allah lah yang mengenggam dan membagi-bagikan rezeki sekehendaknya” agar anak muda di instagram mendengarkan kebutuhan komunikator dan orang lain tersebut.</p>

<p>Pada menit 02:29 – 02:46 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan <i>“Mungkin Masjid sudah banyak dengan fasilitas yang luar biasa tapi Masjid yang your friendly yang fasilitasnya anak muda itu saya belum tau apakah ada di Indonesia karna saya belum pernah menemukan Masjid yang didalamnya ada studio anak muda yang berkeaktivitas, studio moral dan berkreasi apa aja.</i></p>		<p>c. Ragu-ragu</p>	<p>Passive Style Gaya komunikasi ini Komunikator ini menggunakan suara yang lemah lembut yang dikeluarkan oleh Ustadz Hanan Attaki ini maka dia berhati-hati mengucapkan sesuatu kepada mad'u atau pengguna instagram agar tidak salah yang dia bicarannya karna katanya fasilitas anak muda itu apakah ada diindonesia karna saya belum menemukan Masjid yang didalamnya ada studio berkeaktivitas anak muda sambil menggerakkan kedua tangannya dibawah.</p>
<p>Pada menit 03:06 -03:14 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan <i>“Mungkin teman teman pengguna instagram pernah ke Singapur ada anak Street Arab Singapur yang pusatnya Masjid kita akan mewujudkan lebih dahsyat dari pada Arab Street Singapur”.</i></p>		<p>d. Jarang Ekspresikan Wajah</p>	<p>Passive Style Gaya komunikasi ini Komunikator juga memakai kata mungkin dengan jarang mengekspresikan wajahnya dan terlihatgerakgeriknya sambilmemainkan tangannya untuk terlihat tidak ragu atau kaku kepada pengguna mad'u Instagram.</p>

<p>Pada menit 00:04 – 00:44 Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan “<i>Teman – teman sekalian ada satu ayat di dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 245 dimana Allah Swt berfirman “ Bismillahirohmanirrohim” “Man zallazi Yuqridullaha qardan hasanan fa yudaifahu lahu ad’afang kasirah, wallahu yaqbidu wa yabsutu wa ilaihi turja’un” yang artinya: “Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan melipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak, Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan.”</i></p>		<p>e. Lemah lembut</p>	<p>Passive Style Gaya Komunikasi ini Komunikator atau disebut Ustadz Hanan Attaki yang memiliki suara yang lemah lembut dan suara yang merdu sehingga ketika membaca Ayat Al-Qur’an menjadi Qori terbaik Fajar Kairo di tahun 2005 sehingga dia mengisi channel Fajar Tv dan Iqro Tv Kairo<sup>9</sup> karna suaranya yang merdu sekali dengan ciri khasnya terdengar di masyarakat atau mad’u di media sosial.</p>
---	---	------------------------	---

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa Ustadz Hanan Attaki menggunakan gaya komunikasi Assertive dan Passive karna Assertivenya memiliki kontak mata dengan komunikan yang baik tidak melotot, dan memiliki tubuh yang santai, terbuka gesture alamiah, sangat attensi, ekspresi wajah menarik, dan

<sup>9</sup><https://cirebon.tribunnews.com/profil-lengkap-ustadz-hanan-attaki> [07-09-2020]

membuat komunan atau mad'u tertawa ketika Ustadz Hanan Attaki menggunakan gaya komunikasi passive lewat media sosial yang tidak langsung dengan komunan dia menggunakan suara yang lemah lembut sering berhati hati mengucapkan sesuatu kepada pengguna instagram dan jarang juga mengekspresikan wajahnya di media sosial yaitu Instagram.

Sepanjang Penulis meneliti tausiyah atau dakwah Ustadz Hanan Attaki, beliau yang disebut komunikator atau pendakwah tidak pernah menggunakan gaya komunikasi yang bersifat Agressive, yaitu gaya komunikasi yang di tandai beberapa hal yang diketahui secara tegas, intonasi suara tinggi, tampil seperti bos, sukar mendengar pandangan orang lain, dan tatapan marah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan teori Kreitner dan Knicky Mc, Gaya Komunikasi terdiri sekumpulan perilaku gaya komunikasinya yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu, Karna Kreitner dan Knicky Mc mengelompokkan gaya komunikasi menjadi tiga bagian yaitu, *Assertive Style, Aggresive Style, Passive Style*.

Dari hasil analisis yang peneliti lakukan terhadap gaya komunikasi dakwah Ustadz Hanan Attaki dua video dalam media Instagram yang berjudul “Kejaiban hidup datang lewat “Diam” dan “Pinjamkan Harta terbaik kita kepada Allah” berlandaskan teori Kreitner dan Knicky Mc, tersebut dapat disimpulkan bahwa dakwah Ustadz Hanan Attaki di dalam media Instagram, sebagian besar menggunakan bahasa gaya komunikasi *Assertive Style dan Passive Style*, Yaitu yang menggunakan Komunikasi *Assertive Style* yang berjudul “Kejaiban hidup datang lewat “Diam yaitu sepanjang durasi 9:23 menit dibuktikan dengan cek perasaan orang lain, ekspresi diri secara langsung, jujur dan segera, sedikit pernyataan selalu ada pengharapan, dan menyukai rasa humor dan guyon sedangkan komunikasi *Passive Style* yang berjudul “Pinjamkan harta terbaik kita kepada Allah” yaitu sepanjang durasi 5:02 menit dibuktikan dengan menyampaikan kebutuhannya, tidak langsung, ragu-ragu, jarang ekspresikan wajah, dan lemah lembut, sedangkan gaya

komunikasi *Agressive Style* tidak pernah dipergunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah secara berlebihan maupun secara tegas, Namun dengan demikian pesan dakwah yang dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi Ustadz Hanan Attaki dalam dakwahnya untuk mengajak mad'u anak muda di instagram kejalan yang benar atau mengubah tingkah perilaku manusia dari yang buruk berbuat dosa, mengeluh, kikir dan lain lainnya untuk menjadi baik kedepannya sehingga mad'u di instagram dapat mendengarkan dakwah-dakwah di Instagram yang positif agar bisa menjalankan perbuatan baik dan perintah Allah dengan baik dan benar.

Hal yang memperkuat kesimpulan peneliti tersebut adalah bahwa Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah di dalam media Instagram selalu membuat orang tertawa, tersenyum, dan Ekspresi diri secara langsung jujur, dan segera, tanpa menyinggung perasaan orang lain karna beliau lebih disukai kepribadiannya atau gaya komunikasi suaranya yang lemah lembut yang telah disampaikan, oleh karena itulah beliau disukai masyarakat terutama kalangan anak muda milenial, karna gaya komunikasi dakwahnya menggunakan suara yang gaul dan lemah lembut untuk anak muda sehingga dakwahnya yang disampaikan dapat dipahami oleh anak muda dengan baik dan efektif.

## **B. Saran**

Sebelum Penelitian mengakhiri skripsi ini perlu memandang untuk menyampaikan beberapa kritik dan saran yang berkenaan dengan penulisan skripsi ini.



1. Ustadz Hanan Attaki dalam berdakwah media instagram menggunakan gaya komunikasi *Assertive Style* dibuktikan salah satu cek perasaan orang lain dan ekspresi diri secara langsung jujur dan segera agar pertimbangan masyarakat yang disana ataupun mad'u di instagram dapat mendengar dakwahnya dengan baik tanpa menyinggung perasaan mad'u di media sosial. Maka dari itu disarankan kepada masyarakat ataupun para da'i lainnya sesekali menggunakan gaya komunikasi *Assertive Style*.
2. Bagi para da'i hendaknya dalam menyajikan gaya komunikasi dilakukan secara baik tidak menyinggung perasaan orang atau tidak tegas secara berlebihan ataupun bagi da'i profesional tidak meniru gaya orang lain, menjadi diri sendiri dan menguasai ilmu-ilmu akidah dan metode dakwah dengan benar, agar dakwahnya yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat atau mad'u di media sosial.
3. Tentunya sebagai Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam kita harus dapat berkomunikasi dengan menggunakan gaya komunikasi sehari-hari dengan baik, benar dan menarik, agar setiap pesan atau komunikasi yang disampaikan dapat terjalin secara efektif untuk anak-anak muda atau masyarakat lainnya di dalam media sosial agar dapat di mengerti dan dipahami, Dalam berdakwah juga tentunya harus mengerti wawasan, ilmu-ilmu atau pesan akidah yang akan disampaikan diantaranya ilmu pengetahuan teori dan ilmu pengetahuan praktik agar tidak menimbulkan keresahan atau menimbulkan konflik.

## DAFTAR PUSTAKA

### SumberBuku

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2004)

Abdillah Hanifah, *Memahami Komunikasi Antar Manusia*, (Surabaya : Usaha Nasional, 1984)

Ali Nurdin dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Surabaya : IAIN Sunan Ampel Press, 2013)

Alo Liliweri, *Interpersonal Komunikasi*(Jakarta : Kencana, Ed. I, 2015)

Amal Ibrahim Abd El- Fattah Khalil, *TheIslamic Perspective of InterpersonalCommunication* (Journal of Islamic Studies Culture, 2016)

Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*

Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012)

Djuarsa Sendjaja, *Materi Pokok : Teori Komunikasi* (Jakarta : Universitas Terbuka, 1994)

Faizah dan Lalu Muchsin Effendi *psikologi dakwah* Jakarta :Kencana 2009)

Fathul wahid, *E-Dakwah Melalui Internet*,(Yogyakarta: Gaya Media, 2004)

H.M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006)

Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1998)

Herwan Perwiyanto, *Modul Kajian Komunikasi Dalam Organisasi/AN/FISIP*, di Perilaku organisasi, Staff.uns.ac.id

J.S. Badudu, *kamus umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustakan Sinar Harapan, 1994)

Komunikasi Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011)

Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010)

Malcolm Hardy dan Steve Heyes. *Pengantar Psikologi*, alih bahasa: Soenardji, (Jakarta : Erlangga, 1988)

Onong Uchjana efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2005)

Rohim, H. Syaiful. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2016)

S. Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : Universitas Terbuka, 1996)

Samsul Munir Amin, *Imu Dakwah*

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2011)

Sulthon Muhammad. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung. PT.Remaja Rosda Karya.2003)

Wahyu Ilaihi, *komunikasi dakwah*, (bandung: PT Remaja Rosdakarya,2010)

### **Sumber Internet**

[http://harmonipsikologi.blogspot.com/2012/01/memahami gayakomunikasi.html](http://harmonipsikologi.blogspot.com/2012/01/memahami_gayakomunikasi.html), diakses pada tanggal 30/04/2020

<https://biografi-tokoh-ternama.blogspot.co.id/2017/08/biografi-Ustadz-HananAttaki-lc-founder-pemuda-hijrah.html>. diakses pada tanggal 11/07/2020

<https://id.m.wikipedia.org/InstagramWikipedia>, html diakses pada tanggal 01/03/2020

Zamris Habib. “*Gaya Komunikasi Mama dede*”. ([www.zamrishabib.web.id](http://www.zamrishabib.web.id)). diakses pada tanggal, 15/02/2020

Rudi Bretz *Media Pembelajaran*,2008:52 (makalahpendidikan-sudirman.blogspot.com). diakses pada tanggal 15/02/2020

<https://m.detik.com>. diakses pada tanggal [16/08/2020]

<https://m.cnnindonesia.com/nasional/shift-gerbang-masuk-anak-muda-bandung-menuju-hijrah> [13-09-2020]

<https://pemudahijrah.id.com>

[https://Instagram.com/Hanan\\_Attaki](https://Instagram.com/Hanan_Attaki)

<https://www.youtube.com/HananAttaki>

<https://www.dailysia.com/biodata-profil-dan-fakta-ustadz-hanan-attaki>.

<https://cirebon.tribunnews.com/profil-lengkap-ustadz-hanan-attaki> [10-09-20]

“How to use Instagram’s new IGTV app”. *South China Morning Post* (dalam bahasa inggris). Diakses tanggal 10-Desember-2020

“What are the video upload requirements for IGTV? / Instagram Help Center”. *Instagram Help*. Diakses tanggal 10-Desember-2020

Rosney, Daniel (20 june 2018). “Instagram now allows 60-minute videos “ *BBC News*. Diakses tanggal 10-Desember-2020

IGTV Now Supports Landscape Videos” *Instagram* (dalam bahasa inggris). 2019-05-23. Diakses tanggal 10-Desember-2020

### **Sumber Journal**

Jurnal, Fiona Puspita Dewi, “Gaya Komunikasi Pemimpin PT Fition yang Dipimpin lebih dari satu Pemimpin” *Journal E-Komunikasi*, vol, No 1, 2013.

Jurnal, Bayu Nitin Pratiwi, *Analisis Gaya Komunikasi (E-Journal Ilmu Komunikasi)*



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**STATUS : BERAKREDITASI**

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>  
E-mail : [faiumj@gmail.com](mailto:faiumj@gmail.com). Kode Pos 15419

Nomor : 30/F.6-UMJ/III/2020  
Lamp : 1 (satu) bundel  
Hal : Bimbingan Skripsi Mahasiswa

Jakarta, 15 Rajab 1441 H  
9 Maret 2020 M

Yth.  
Bapak Drs. Tajudin, M.A.  
Dosen Pembimbing Skripsi  
Fakultas Agama Islam UMJ  
di  
tempat

*Assalamu'alaikum W.W.*

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHD AL HADDAD WINATA  
Nomor Pokok : 2016530025  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jenjang : Strata Satu (S1)  
Judul : *Metode Dakwah Hanan Attaki dalam Media Instagram*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wabillahittaufiq Walhidayah*  
*Wassalamu'alaikum W.W.*



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Yth. Ketua Program Studi MPS
3. Arsip



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA



FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : MUHD AL HADDAD WINATA  
No. Pokok : 2016530025  
Judul Skripsi : ~~Metode Dalawah~~ *Gaya Komunikasi Hanan Attaki dalam Media Instagram*  
Pembimbing : Bapak Drs. Tajudin, M. A.  
Tgl. Berakhir : 9 Maret s.d. 9 September 2020

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1.	24/03-20	BAB 1	Gaya komunikasi Hanan Attaki fokus & subfokus penelitian penulisan kata kata & footnote	
2.	24/04-20	— " — " —	Parafan BAB 1 Belum selesai Ayat Al-Quran juga ditulis	
3.	01/07-20	BAB 2 & 3	Pahami tulisannya & uraian penelitiannya menurut teori siapa	
4.	15/07-20	BAB 2 & 3	buat tabel di BAB 3 yang rap	
5.	07/08-20	BAB 4	tulis gaya bahasanya & komunikasi Buat tabel bisa lot contoh Skripsi di perpustakaan	

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
6	29-08-20	BAB 4/5	<p>Rapin tulisannya &amp; gaya Bahasanya &amp; Ekspresinya komunikasi apa ? dan Bab 5 <del>saya</del> Kesimpulan &amp; Saran</p>	
7	09-09-20	—————	<p>Rapin Semangat <sup>termasuk</sup> &amp; abstrak &amp; Lembar Pembimbingnya</p> <p>Res. Jura. diang kelas PM = <math>\frac{8}{7}</math> 20</p>	

- Catatan :
1. Lembar konsultasi ini agar dibawa dan diserahkan/diminta paraf dari pembimbing setiap konsultasi.
  2. Topik permasalahan diisi oleh mahasiswa yang bersangkutan.
  3. Lembar konsultasi ini harus diserahkan ke Fakultas ketika melakukan pendaftaran ujian skripsi.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Muhd Al Haddad Winata  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat tanggal lahir : Jambi, 28 Januari 1998  
Agama : Islam  
Kewarnegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl.H. Ibrahim Perum Amuntai Blok A  
no 5 Rt 11 Kecamatan Kota Baru,  
Kelurahan Kenali Besar, Kota Jambi  
No. Hp : 089662748605  
Email : alhaddad.winata@gmail.com

## **RIWAYAT PENDIDIKAN**

### **Data Pendidikan Formal**

1. SDN 147 KOTA JAMBI (Tahun 2004-2010)
2. MTS PP.QODRATULLAH (Tahun 2010-2013)
3. SMA ISLAM ALFALAH (Tahun 2013-2016)
4. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA (Tahun 2016-2020)