



Volume 10 No. 2 Desember 2019

**DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL
(Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram
@cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai
Kesetaraan Gender)**

***DA'WAH USING SOCIAL MEDIA
(Study of Utilization of Instagram @cherbonfeminist as
Da'wah Media Regarding Gender Equality)***

**Aan Mohamad Burhanudin
Yayah Nurhidayah
Ulfa Chaerunisa**

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

¹e-mail: aan.m.burhanudin@syekhnurjati.ac.id

²e-mail: yayah.nurhidayah@syekhnurjati.ac.id

³e-mail: chaemisaulfa@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial tidak lagi sekadar untuk membuka jaringan pergaulan di dunia maya, melainkan memberikan dampak yang cukup bagi bidang-bidang, diantaranya sebagai media untuk melakukan dakwah, yaitu media sosial instagram. Instagram menjadi salah satu alat pergerakan yang baik dalam menyampaikan sebuah pesan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah (1) Bagaimana pelaksanaan dakwah kesetaraan gender melalui Instagram @cherbonfeminist ? (2) Apa saja konten yang di sajikan oleh Instagram @cherbonfeminist ? (3) Bagaimana respon followes (pengikutnya) terhadap Instagram @cherbonfeminist ?.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui bagaimana pelaksanaan dakwah dalam akun Instagram @cherbonfeminis mengenai kesetaraan gender (2) Untuk mengetahui konten apa saja yang disajikan oleh akun Instagram @cherbonfeminist (3) Untuk mengetahui bagaimana respon followersnya mengenai dakwah kesetaraan gender.

Dalam penelitian ini metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui metode observasi partisipan, wawancara, dan dokumentasi. Dan untuk teknik

analisis data yang digunakan ialah model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis hasil penelitian, peneliti menyimpulkan Instagram @cherbonfeminist melakukan pelaksanaan: (1) memanfaatkan instagram sebagai media dakwah (2) langkah-langkah yang dilakukan dalam membuat konten yaitu: membaca atau wawancara, mengambil intisari, dan membuat konten yang menarik (3) kendala saat membuat konten. Adapun konten yang terdapat dalam instagram @cherbonfeminist diantaranya yaitu: (1) perspektif keadilan (2) hadist-hadist hak perempuan dalam islam (3) pesan motivasi untuk menegakkan keadilan dan kesetaraan (4) belajar menambahkan nilai-nilai keadilan dan kesetaraan. Respon para *followers* dinilai positif dan efektif karena penggunaan media instagram sebagai media dakwah.

Kata Kunci : Dakwah, Media Sosial Instagram, Kesetaraan Gender

ABSTRACT

Social media is no longer just to open a social network in cyberspace, but rather has an adequate impact on fields, including as a medium for preaching, namely social media Instagram. Instagram is a good movement tool in conveying a message.

Based on the background described above, the questions raised by researchers are (1) How is the implementation of the mission of gender equality through Instagram @cherbonfeminist? (2) What content is served by Instagram @cherbonfeminist? (3) How did the followes (followers) respond to Instagram @cherbonfeminist?

This study aims to (1) Determine how the preaching in the Instagram @cherbonfeminis account regarding gender equality (2) To find out what content is presented by the Instagram @cherbonfeminist account (3) To find out how the followers respond to the gender equality propaganda.

In this research the research methodology used is qualitative research with a case study approach. Data collection techniques through participant observation, interviews, and documentation. And for the data analysis technique used is the Miles and Huberman model, which consists of three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

Based on the results of the discussion and analysis of the results of the study, the researchers concluded Instagram @cherbonfeminist carried out: (1) utilizing Instagram as a da'wah media (2) steps taken in creating content namely: reading or interviewing, taking the essence, and making interesting content (3) constraints when creating content. The content contained in Instagram @cherbonfeminist include: (1) justice perspectives (2) hadiths of women's rights in Islam (3) motivational messages to uphold justice and equality (4) learn to add values of justice and equality. The response of followers is considered positive and effective because of the use of Instagram media as a propaganda media.

Keywords: Da'wah, Gender Equality, Instagram Social Media

1. Pendahuluan

Di zaman sekarang ini, dakwah melalui internet sudah banyak digunakan dan ditemui di berbagai media sosial. Internet saat ini sudah menjadi kebutuhan dari kehidupan manusia. Hadirnya internet sangat mempermudah aktivitas dan dengan mudah dapat mengakses media sosial, bisa dimana saja dan kapan saja.

Media sosial tidak lagi sekadar untuk membuka jaringan pergaulan di dunia maya, melainkan memberikan dampak yang cukup bagi bidang-bidang, pemanfaatan media sosial telah berkembang secara bebas untuk bersosialisasi, menjadi arena pertarungan dalam pasar jual beli, hingga informasi terhadap peristiwa terbaru yang terjadi.

Media sosial saat ini sangat banyak digunakan tidak hanya sebagai media komunikasi tetapi juga sebagai media untuk melakukan dakwah. Salah satunya yaitu media sosial instagram. Instagram menjadi salah satu alat pergerakan yang baik dalam menyampaikan sebuah pesan.

Banyak yang harus diketahui mengenai pemahaman kesetaraan gender, karena orang masih menganggap perempuan itu tempatnya di posisi kedua sedangkan laki-laki diposisi pertama, adanya ketidakadilan terhadap wanita (gender) menyebabkan, adanya gerakan yang ingin menyampaikan seputar pemahaman mengenai kesetaraan gender.

Feminisme itu sendiri adalah gerakan yang memperjuangkan persamaan hak dan keadilan antara perempuan dan laki-laki. Menghilangkan patriarki pada perempuan dan

laki-laki, baik dalam ruang publik, sehingga diharapkan agar terbentuknya relasi yang saling bekerjasama dalam kebaikan.

Menurut Fakhri (1999), marginalitas terhadap kaum perempuan tidak hanya terjadi di tempat pekerjaan, tetapi juga terjadi dalam rumah tangga, masyarakat atau kultur dan bahkan negara. Marginalisasi terhadap perempuan sudah terjadi sejak di rumah tangga dalam bentuk deskriminasi atas anggota keluarga yang laki-laki dan perempuan.

Dalam Al-Qur'an pada surat Al-Hujurat ayat 13 :

Artinya: *“Hai Manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki – laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa – bangsa dan bersuku – suku supaya kamu saling kenal-mengenal . Sesungguhnya Orang yang paling mulia diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha melihat”*.

Gender dapat terbentuk karena manusia melalui proses sosial, merupakan buatan masyarakat yang banyak dipengaruhi oleh tingkahlaku sosial, adat kebiasaan, tradisi, dan lingkungan. Oleh sebab itu, gender dapat berubah-ubah, antara satu daerah dengan yang lainnya, dapat dirubah setiap saat, bahkan dapat bertukar peran antara laki-laki dan perempuan. Oleh karena itu, jika di lingkungan bertemu rumusan gender yang tidak adil seharusnya itu cepat diperbaiki agar keadilan terselenggara dengan baik.

Dakwah melalui media sosial sudah mulai dipergunakan. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Gerakan feminis adalah salah satu komunitas di

Cirebon yang menggunakan media sosial. Melalui, akun Instagram @cherbonfeminist, komunitas Cherbon Feminist mulai eksis di media sosial, awal terbuatnya Instagram @cherbonfeminist pada tanggal 10 Agustus 2017. Dengan akun tersebut Cherbon Feminist memposting aktivitas dan kegiatan ataupun merepost berbagai macam konten seputar kesetaraan gender. Awalnya akun Instagram @cherbonfeminist dibentuk karna ketertarikannya terhadap kesetaraan gender yang disebabkan oleh marginalitas terhadap perempuan. Cherbon feminis bertujuan untuk memberitahu mengenai kesetaraan antara laki-laki dan perempuan, agar tidak ada lagi marginalitas terhadap perempuan.

Dengan adanya teknologi informasi seperti media sosial, semua dapat berjalan lebih mudah ditambah dengan pengetahuan kesetaraan gender dalam melakukan dakwah. Dari sini akan diketahui bagaimana dakwah yang dilakukan dalam Instagram.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris *media* merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab media sama dengan *washilah* atau dalam bentuk jamak ,

washil yang berarti alat atau perantara (Aziz, 2004 : 403).

Sedangkan dakwah merupakan suatu aktivitas untuk mengajak orang kepada ajaran Islam yang dilakukan secara damai, lembut (QS. 35: 6), konsisten, dan penuh komitmen. Dakwah islam meliputi ajakan, keteladanan, dan tindakan konkret untuk melakukan tindakan yang baik bagi keselamatan dunia dan akhirat. Perintah untuk mengajak orang lain ke jalan Allah secara tegas tersurat dalam surah An-Nahl ayat 125, “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik...*” (Ma’arif , 2010 : 22).

Media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah (Ali, 2004:404), dalam ilmu komunikasi, media di klasifikasi menjadi 3 macam, yaitu (Ali, 2004 : 406):

1. Media terucap (*the spoken words*) “yaitu alat yang bisa mnegeuarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
2. Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
3. Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bis dilihat dan di dengar yaitu film, video, televisi, dan internet.

2.2 Komunikasi Massa

Salah satu definisi awal komunikasi oleh Janowitz (1960) menyatakan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga dan

teknik dimana kelompok-kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebarluaskan simbol-simbol kepada audiens yang tersebar luas dan bersifat heterogen. Definisi oleh Janowitz ini berupaya untuk menyamakan kata komunikasi massa dengan pengiriman (transmisi) pesan yang hanya menekankan pada aspek pengiriman saja, definisi ini tidak memasukkan aspek respon dan iteraksi (Morison, Hamid & Wardhani, 2013 : 8).

Wright (1959) dalam Severin dan Tankard, Jr (2010) mendefinisikan komunikasi massa dalam tiga ciri (Tamburaka, 2012 : 15):

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum. Sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah (Tamburaka, 2012 : 15) :

1. Komunikator,
2. Media massa,
3. Informasi (pesan) massa,
4. *Gatekeeper*,

5. Khalayak (publik), dan
6. Umpan balik.

2.3 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat saling terhubung, berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi (konten) dari media yang digunakan secara bersama-sama tersebut. Oleh karena itu sifatnya yang saling terhubung secara online dan mampu menyajikan konten berupa teks, gambar, dan video maka media sosial tidak menjadi sarana komunikasi tetapi juga menjadi media hiburan (Mauludi, 2018 : 152).

Media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu. Dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang ataupun malam. Ada banyak sekali manfaat yang di dapat dalam pemanfaatan media sosial, seperti sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dan lain-lain.

Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*,

Collaborating dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

2.4 Kesetaraan Gender

Kesetaraan gender adalah seperti sebuah frase (istilah) ‘Suci’ yang sering diucapkan oleh para aktivis sosial, kaum feminis, politikus, bahkan hampir oleh para pejabat negara. Istilah kesetaraan gender dalam tataran praksis, hampir selalu diartikan sebagai kondisi ‘ketidak setaraan’ yang dialami oleh para wanita. Maka istilah kesetaraan gender sering terkait dengan istilah-istilah diskriminasi terhadap perempuan, seperti; subordinasi, penindasan, kekerasan, dan lain sebagainya (Nugroho, 2008 : 27).

Kesetaraan gender dapat juga berarti adanya kesamaan kondisi bagi laki-laki maupun perempuan dalam memperoleh kesempatan serta hak-haknya sebagai manusia, agar mampu berperan dan berpartisipasi dalam kegiatan politik, hukum, ekonomi, sosial budaya, pendidikan, dan pertahanan serta keamanan nasional (Hankamnas) setra kesamaan dalam menikmati hasil pembangunan. Terwujudnya kesetaraan dan keadilan gender ditandai dengan tidak adanya diskriminasi antara perempuan dan laki-laki sehingga dengan demikian antara perempuan dan laki-laki memiliki akses, kesempatan berpartisipasi dan atas pembangunan serta memperoleh manfaat yang setara dan adil dari pembangunan. Memiliki akses berarti memiliki peluang atau kesempatan untuk menggunakan sumber daya dan memiliki wewenang untuk mengambil keputusan terhadap cara penggunaan dan hasil sumber

daya tersebut. Memiliki kontrol berarti memiliki kewenangan penuh untuk mengambil keputusan atas penggunaan dan hasil sumber daya. Keadilan gender merupakan suatu proses dan perlakuan adil terhadap kaum laki-laki dan perempuan. Dengan keadilan gender berarti tidak ada lagi pembakuan peran, beban ganda, subordinasi, marginalisasi, dan kekerasan terhadap perempuan maupun laki-laki (Nugroho, 2008 : 29).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode/pendekatan penelitian studi kasus yang berguna untuk menghasilkan data-data yang sesuai dengan kenyataan di lapangan. Subjek dalam penelitian ini adalah Admin dan Followers Instagram @cherbonfeminist. Media sosial yang digunakan antara lain Instagram. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Sumber datanya yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa reduksi data yaitu sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan dari catatan-catatan tertulis di lapangan, penyajian data, dan verifikasi data.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Pelaksanaan Dakwah Tentang Kesetaraan gender.

Media sosial adalah sebuah alat komunikasi yang di gunakan untuk proses

sosial, akan tetapi media sosial tidak lagi sekadar untuk membuka jaringan pergaulan di dunia maya, melainkan memberikan dampak yang cukup bagi bidang-bidang, pemanfaatan media sosial telah berkembang secara bebas untuk bersosialisasi, yaitu untuk berdakwah, menjadi arena pertarungan dalam pasar jual beli, hingga informasi terhadap peristiwa terbaru yang terjadi.

Seperti yang di lakukan komunitas Cherbon Feminis, ia memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah dalam akun nya @cherbonfeminist sejak tahun 2017. Cherbon feminist merupakan suatu kumpulan anak-anak yang ingin belajar mengenai pengetahuan tentang feminis, kesetaraan gender dan relasi antara laki-laki dan perempuan.

Instagram @cherbonfeminist berdakwah mengenai kesetaraan gender dan relasi antara laki laki dan perempuan. Karena memahami istilah sex dan gender ini sangat penting karena sering orang mencampur adukkan ciri-ciri manusia yang bersifat kodrati dan tidak berubah (seks), dengan ciri-ciri yang bersifat non-kodrati yang dapat berubah atau diubah (gender) dan persoalan non kodrati, menyangkut pembedaan tugas, fungsi, dan peran yang diberikan oleh masyarakat/budaya terhadap laki-laki dan perempuan, baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Penjabaran peran gender ini begitu luas, mencakup aspek kehidupan sosial, budaya, ekonomi politik, hukum, dan sebagainya.

Memahami kesetaraan gender itu memang penting, karena dimana pun, kapanpun, dan sedang dalam kondisi di situ

pasti akan ada yang namanya relasi antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dan perempuan akan selalu berdampingan dalam lingkungan sekitar, pekerjaan, dan lain sebagainya. Jika dalam lingkungan, pekerjaan, dan lain sebagainya sudah membeda-bedakan dan menganggap bahwa laki-laki itu lebih tinggi dan perempuan selalu di anggap rendah. Perspektif gender menjadi penting karena dengan begitu akan membawa cara pandang yang berbeda untuk membawa kepada keadilan antara laki-laki dan perempuan.

Saat ini kesetaraan gender memang banyak di permasalahan, karena dalam konstuksi sosial memang dikenal laki-laki *superior* dan perempuan *inferior*. Oleh karna itu agar tidak terus menerus terjadi ketidakadilan yang harus di rubah adalah cara pandang dengan pemahaman kesetaraan gender agar lebih sensitif dan tidak bias gender.

Cherbon Feminist memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah, karena sebagai media sosial yang populer saat ini, instagram menawarkan berbagai macam bentuk komunikasi yang bisa terjalin. Instagram memanjakan para penggunanya dengan mudah dan keberagaman fitur yang ada.

Instagram saat ini memang menjadi sosial media yang digemari berbagai kalangan, terutama di kalangan anak milenial. Karena instagram mempunyai berbagai fitur yang menarik, dengan begitu dapat menjadi lebih mudah dalam melakukan dakwah, dengan meng- *upload* foto-foto, video dan terdapat

caption agar dapat membuat materi yang disampaikan lebih mudah dimengerti dan dipahami sehingga banyak yang tertarik untuk melihatnya.

Dalam membuat konten/ materi sebelumnya pasti harus tau materi apa yang akan di buat, dan harus mencari bahan untuk dijadikan sebuah konten, lalu materi dakwah dapat menggunakan gambar yang akan menjadi sebuah materi tergantung dari seberapa kreatif admin agar membuat konten terlihat menarik dan diminati, dalam membuatnya bisa berupa tulisan-tulisan, komik/ cerita bergambar. Dengan video juga dapat di buat dengan durasi maksimal 60 detik, dan dapat menambahkan *caption* agar lebih jelas dalam foto ataupun video yang di *upload*.

4.2 Konten Dalam Instagram @cherbonfeminist

Pada dasarnya tugas pokok seorang da'i adalah menyampaikan ajaran-ajaran Allah seperti termuat dalam Al-Quran dan sunah Rasulullah. lebih tegasnya lagi bahwa tugas seorang da'i ialah merealisasikan ajaran-ajaran Al-Qur'an dan sunah dijadikan sebagai pedoman dan penuntun hidupnya.

Menyampaikan konten dakwah di Instagram merupakan hal yang pokok, karena dengan adanya konten maka lahirlah pesan-pesan dakwah yang dapat dikonsumsi oleh *followers*. Dalam Instagram @cherbonfeminist memiliki beberapa konten, diantaranya mengenai kesetaraan gender, relasi laki-laki dan perempuan, feminis, dsb, yang di sampaikan dalam bentuk foto maupun video.

4.3 Respon Follower Instagram @cherbonfeminist

Respon diartikan sebagai tanggapan, reaksi atau jawaban. Dalam hal ini karena yang dijadikan media massa adalah instagram, maka respon yang akan diwawancarai adalah *followers* akun @cherbonfeminist.

Untuk mengukur efektif atau tidaknya pesan yang disampaikan oleh akun @cherbonfeminist kepada *followers* dan ada *feedback* atau untuk mengetahui lebih jauh bagaimana respon *followers* akun instagram @cherbonfeminist terhadap materi dakwah melalui instagram. Hal tersebut bisa diukur salah satunya dengan mewawancarai *followers* terhadap materi yang disampaikan.

Pemilihan media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Biasanya para pengguna media memilih suatu media karena kebutuhan masing-masing. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh informan, mereka memilih Instagram sebagai seperangkat media pengetahuan dan informasi dakwah mengenai kesetaraan gender di karenakan pengaplikasiannya yang mudah, banyaknya pengguna instagram dan lengkapnya fitur atau konten yang ditawarkan.

Hasil penelitian yang didapat oleh penulis dalam penelitian yang merupakan interpretasi dari hasil penelitian melalui teknik wawancara, observasi dan data dokumentasi ini didapat dari *followers* akun @cherbonfeminist.

Media sosial di anggap efektif dalam berdakwah, karena mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya

dan energi yang relatif terjangkau; pengguna jasa internet setiap tahunnya meningkat drastis, ini berarti berpengaruh pula pada jumlah penyerap misi dakwah; para pakar dan ulama yang berada di balik media dakwah melalui media sosial bisa lebih konsentrasi dalam menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum syar'i; dakwah melalui media sosial juga telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, pemaksaan kehendak bisa dihindari; dan cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islamiyah melalui media sosial bisa menjangkau segmen yang luas. Sejatinya, tak hanya konsep dakwah konvensional yang dapat diberikan melalui media sosial.

Dengan adanya dakwah melalui instagram pada akun @cherbonfeminist dapat membangun kesadaran mengenai kesetaraan gender, karena pada saat ini media sosial instagram menjadi media sosial yang sedang banyak digemari dari berbagai kalangan terutama anak remaja. Instagram bukan lagi sebagai media hiburan, akan tetapi juga dapat digunakan sebagai media untuk menambah pengetahuan tentang kesetaraan gender dan membuat menyadari/ lebih peka terhadap keadilan gender.

Pesan dakwah melalui instagram dengan foto atau video dapat memberikan inovasi baru terhadap dunia dakwa. Karena hal tersebut memudahkan da'i untuk menyebarkan pesan yang ingin di sampaikan, dan dapat menarik mad'u untuk belajar tentang keadilan gender dengan akses yang mudah dan

menambah pengetahuan mad'u sehingga mengetahui apa yang sebelumnya tidak ketahui dan mendapatkan banyak ilmu dan perlahan menerapkan apa yang disampaikan pada isi pesan dakwah yang di upload oleh akun @cherbonfeminist.

Respon dari instagram dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap informan bahwasannya memanfaatkan instagram sebagai media dakwah sangat baik dilakukan bila sesuai dengan syariat Islam. Dapat disimpulkan bahwa instagram efektif di gunakan sebagai media dakwah bila sesuai dan tidak menyalahi aturan yang ada.

5. Simpulan

Setelah peneliti melakukan wawancara, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Pelaksanaan dakwah melalui akun Instagram @cherbonfeminist memiliki langkah-langkah yaitu : (1) memilih instagram sebagai media dakwah; (2) membuat konten dengan langkah-langkah: membaca buku atau wawancara, membaca dan menarik kesimpulan agar saat di tulis dapat mudah dipahami, lalu membuat foto atau video dengan menggunakan aplikasi yang seperti Canva, Ibis paint x, dan Quik, setelah itu baru bisa mengupload konten; (3) hambatan dalam membuat konten.
2. Pesan dakwah yang terdapat pada foto atau video yang diunggah melalui akun instagram @cherbonfeminist

mempunyai pesan dakwah mengenai kesetaraan gender. Pesan dakwah yang terkandung pada setiap foto atau video diantaranya yaitu : (1) persepektif keadilan (2) hadits-hadits hak perempuan dalam islam (3) pesan motivasi untuk menegakkan keadilan dan kesetaraan (4) belajar menambahkan nilai-nilai keadilan dan kesetaraan.

3. Pengikut atau *followers* dari akun instagram @cherbonfeminist mempunyai repon positif terhadap dakwah melalui pesan bergambar. Penggunaan pesan bergambar sebagai media dakwah di media sosial instagram dinilai efektif dalam menyampaikan dakwah di zaman modern seperti ini. Selain itu juga, pengikut atau followers dari akun instagram @cherbonfeminist ini juga merasakan manfaat yang baik setelah melihat dan menyimak pesan sebagai media dakwah.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvarino., Komala, Lukiaty & Karlinah, Siti. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz, Mohamad Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2007. *Edisi Kedua Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset, Memilih di antara Lima Pendekatan (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Agama. 2001. *Keadilan Kesetaraan Gender Perspektif Islam*. Jakarta: Tim Pemberdayaan Perempuan Bidang Agama Departemen Agama RI.
- Emzir, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif (Analisis Data)*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Fakih, Mansour. 2013. *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Mauludi, Sahrul. 2018. *Socrates Cafe Bijak, Kritis, & Inspiratif Seputar Dunia & Masyarakat digital Media Sosial, UU ITE, Hingga Cyber Crime*. Jakarta : PT. Elex Media Koputindo.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan., Wardhani, Andy Corry & Hamid, Farid. 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Munir, Muhammad dan Wahyu Ilaihi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan*

- Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, Rian. 2008. *Gender dan Strategi Pengarus-Utamaannya di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurhidayah, Yayah & Nurhayati, Eti. 2018. *Psikologi Komunikasi Antar Gender*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Severin, J Werner & Tankard, W James. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kenca Prenada Media Group.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukri, Sri Suhandjati. 2002. *Pemahaman Islam dan Tantangan Keadilan Jender*. Yogyakarta: Yogyakarta Media Group.
- Tamburaka, Apriyadi. 2012. *Agenda Seting Media Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yamani, Mai (Ed). 2000. *Feminisme & Islam*. Jakarta : Nuansa Cendikia
- Lampung (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Halo_Polda_Lampung) (digilib.unila.ac.id) di akses pada tanggal 16 April 2019.
- L Malihah. 2014 “Konsep Dakwah” (https://eprints.walisongo.ac.id%2F2611%2F3%2F091311016_Bab2.pdf) di akses pada tanggal 24 Februari 2019.
- Mudjia Rahardjo, 2017. “Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya” di akses dari (<https://core.ac.uk/download/pdf/808169.pdf>) pada Tanggal 15 April 2019.
- Rehia K. I. 2015 “Pemberdayaan Perempuan melalui Media Sosial” (ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/download/204/158) di akses pada tanggal 20 Februari.
- Santoso, Imam. 2017 “Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data” (<http://oldata.blogspot.com/2017/06/jenis-data-sumber-data-dan-metode.html>) di akses pada 24 Februari.
- Sari, Meutia Puspita. 2017. “Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau” (<https://media.neliti.com/publications/199560-none.pdf>) di akses pada Tanggal 21 Februari.
- Sidiq, Anwar. 2018 “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)” (<http://repository.radenintan.ac.id/2201/>) diakses pada tanggal 28 Februari.
- Wafa. 2018 “Analisis Wacana Kritis Kesetaraan Gender pada Akun Instagram Women’s March Indonesia 2018” (repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42746/1/WAFA-FDK.pdf) diakses pada 20 Februari.

Internet :

- Hidayat, Rahmad, 2018. “Persepsi Followers Terhadap Kualitas Informasi Di Polda