

**RESEPSI AUDIEN INSTAGRAM @HALIMAHALAYDRUS
TERHADAP KONTEN DAKWAH BIL QALAM
DI TENGAH SERBUAN KONTEN VIDEO**

SKRIPSI



Oleh:

Fadiyatul Maghfiroh
NIM: 211103010039
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2025**

**RESEPSI AUDIEN INSTAGRAM @HALIMAHALAYDRUS
TERHADAP KONTEN DAKWAH BIL QALAM
DI TENGAH SERBUAN KONTEN VIDEO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu pernyataan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ** Oleh:
Fadiyatul Maghfiroh
211103010039 R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2025**

**RESEPSI AUDIEN INSTAGRAM @HALIMAHALAYDRUS
TERHADAP KONTEN DAKWAH BIL QALAM
DI TENGAH SERBUAN KONTEN VIDEO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Untuk memenuhi salah satu peryataan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Fakultas Dakwah

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

Fadiyatul Maghfiroh

NIM : 211103010039

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Disetujui Dosen Pembimbing :
J E M B E R

Dr. Hj. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag, M.Med.Kom
NIP. 197207152006042001

**RESEPSI AUDIEN INSTAGRAM @HALIMAHALAYDRUS
TERHADAP KONTEN DAKWAH BIL QALAM
DI TENGAH SERBUAN KONTEN VIDEO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi
salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Senin

Tanggal : 08 Desember 2025

Tim Penguji

Ketua

Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I
NIP. 198710182019031004

Sekretaris

Arik Fajar Cahyono, M.Pd
NIP. 198802172020121004

Anggota:

1. Dr. Kun Wazis, S.Sos., M.I.Kom.

2. Dr. Hj. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom

Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah



Prof. Dr. Fawaizul Umam M.Ag

NIP. 197302272000031001

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ أَمَةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَايُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٤﴾

“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar. Mereka lah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali ‘Imran: 104).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ NU Online. "Surat Ali 'Imran: 104". <https://quran.nu.or.id/ali%20'imran/104>

PERSEMBAHAN

Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta kemudahan di tengah penulis dalam memperjuangkan skripsi ini, Alhamdulillah selesai juga karya yang penuh keringat hingga air mata ini kupersembahkan kepada:

1. Pertama, Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, yaitu Bapak Agus Sofan Hadi dan Ibu Rofidah, yang telah bekerja keras demi anak-anaknya agar mendapatkan kebahagiaan dalam mencari ilmu yang bermanfaat. Orang tua yang selalu memahami proses perkembangan anak-anaknya. Orang tua yang selalu memilih untuk tidak menyerah di saat melalui hal sulit.
2. Kedua, kepada saudara-saudara saya, Khoirul Attamimi, Syabil Izzat Israqi serta Ainun Hakiyah yang menjadi salah satu sumber motivasi dan selalu memberikan dukungan juga semangat. Terima kasih sudah menjadi saudara yang bisa dibanggakan dan diandalkan dalam segala hal.
3. Ketiga, kepada Ponakan tercinta, Muhammad Haikal Al-Ghfari dan Muhammad Haidan Al-Ghfari yang selalu menjadi penghibur dan obat di kala penat dan lelah.
4. Keempat, kepada teman seperjuangan saya dari seluruh prodi KPI, teman-teman PKL, teman-teman PPL dan teman-teman KKN yang telah berjuang dan belajar bersama.
5. Kelima, teruntuk teman-temanku Wahyu Susilowati, Siti Holifah, Oktavian Ima L, Umilakinatur Royyanah L, Liza Andriyani dan Anzily Annabila Kharisma. Terima kasih sudah selalu ada dalam memberikan semangat dan dukungan

sejak awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

6. Terakhir, untuk grup Kpop **Treasure** (*Choi Hyun Suk, Park Ji Hoon, Kanemoto Yoshinori, Kim Jun Kyu, Hamada Asahi, Yoon Jae Hyuk,, Kim Do Young, Watanabe Haruto, Park Jeong Woo dan So Jung Hwan*) yang telah meneman dan menghibur penulis secara tidak langsung melalui lagu-lagunya selama proses penulisan skripsi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah tidak lupa senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Resepsi Audien Instagram @halimahalaydrus Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam di Tengah Serbuan Konten Video" yang merupakan salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana S.Sos.

Shalawat dan salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyah menuju zaman Islamiyah yang penuh hidayah. Penulis meyakini bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, di antaranya:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS) yang telah menyediakan fasilitas yang sesuai selama kami kuliah di UIN KHAS Jember.
2. Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I, koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Hj. Siti Raudhatul Jannah, S. Ag, M.Med, Kom. sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan arahan dan motivasi terhadap penulisan skripsi.

5. Seluruh bapak dan ibu dosen, khususnya di Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh partisipan yang bersedia meluangkan waktu untuk diwawancara sebagai data pada skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dikarenakan adanya keterbatasan wawasan dan minimnya pengalaman pribadi. Meskipun demikian, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Jember, 20 Oktober 2025

Penulis,

Fadiyatul Maghfiroh

211103010039

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Fadiyatul Maghfiroh, 2025: *Resepsi Audien Instagram @halimahalaydrus Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam Di Tengah Serbuan Konten Video*

Kata kunci: Dakwah bil qalam, Instagram, Resepsi Audien

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi telah menempatkan media sosial, khususnya Instagram sebagai platform utama dalam penyampaian pesan terutama pesan dakwah. Pada saat ini serbuan konten video telah mendominasi namun, akun Instagram @halimahalaydrus tetap konsisten membagikan konten dakwah secara tekstual (dakwah *bil qalam*) yang diminati oleh pengikutnya.

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah 1) bagaimana resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus?. 2) apa saja faktor yang mempengaruhi resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus?. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui bagaimana resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus. 2) untuk mengetahui apa saja faktor resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus.

Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi dengan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Pemilihan partisipan wawancara menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memastikan subjek memiliki pemahaman dan pengalaman terkait dengan fenomena yang diteliti. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah audien yang termasuk dalam posisi hegemoni dominan, yaitu di mana audien menerima secara langsung isi pesan maupun metode penyampaian melalui metode dakwah *bil qalam* (tulisan). Kedua, audien yang termasuk dalam posisi negoisasi, yakni audien yang tidak sepenuhnya menolak isi pesan atau metode penyampaian oleh komunikator, namun partisipan menyesuaikan cara penerimaan pesan dengan gaya hidup dan kenyamanan pribadi. Ketiga, di mana audien termasuk dalam kategori oposisi, yaitu audien yang setuju dengan isi pesan dakwah, tapi tidak setuju dengan cara penyampaiannya yang berbentuk tulisan (dakwah *bil qalam*). Sedangkan faktor yang mempengaruhi penerimaan audien di antaranya adalah kredibilitas Ustadzah Halimah Alaydrus, kebutuhan spiritual dan emosional audien, gaya penyampaian dan struktur tulisan Ustadzah Halimah Alaydrus serta lingkungan dan komunitas antara pengikut Instagram @halimahalaydrus.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	22
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36

B.	Lokasi Penelitian	37
C.	Subyek Penelitian	37
D.	Teknik Pengumpulan Data	38
E.	Analisis Data	40
F.	Keabsahan Data	40
G.	Tahapan Penelitian	41
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS		42
A.	Gambar Objek Penelitian	42
B.	Penyajian Data dan Analisis.....	54
C.	Pembahasan Temuan.....	76
BAB V PENUTUP		82
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 19



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @halimahalaydrus	4
Gambar 1.2 Postingan Stories @halimahalaydrus	6
Gambar 2.1 Akun Instagram @halimahalaydrus	42



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam era dominasi konten video pendek seperti Reels Instagram, Tiktok dan YouTube Short, konten dakwah berbasis teksual atau *bil qalam* justru tetap diminati oleh audien Instagram @halimahalaydrus. Konten dakwah yang disampaikan melalui bentuk textual merupakan salah satu pendekatan penting dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan, khususnya dalam konteks Islam. Selain itu, pemanfaatan teks dalam berdakwah menunjukkan kekuatan yang luar biasa, karena dapat menyentuh hati, membangkitkan kesadaran serta mengubah pola pikir.² Hal ini menjadi menarik untuk dikaji karena menunjukkan adanya kecenderungan unik dalam pola konsumsi dakwah digital.

Media sosial memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi, hiburan maupun kebutuhan informasi. Dengan media sosial, seseorang dapat dengan mudah berinteraksi antara satu sama lain tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan, karena kemajuan teknologi akan terus berkembang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat yang positif bagi kehidupan manusia. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan serta cara baru dalam melakukan aktivitas,

² Nazwa Alvina Rizaki, dkk. “Sentimen Netizen Pada Konten Dakwah Akun Instagram @Halimahalaydrus”. Hal 14

manusia juga dapat menikmati banyak manfaat dari kemajuan teknologi.³

Media sosial juga menawarkan potensi yang besar dalam penyampaian pesan-pesan dakwah kepada audien yang lebih luas jangkauannya. Media sosial memiliki karakteristik yang memungkinkan pesan dakwah mencapai jangkauan yang lebih luas, terlebih lagi pengguna media yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Selain itu, media sosial juga menawarkan interaksi langsung antara para *da'i* dan *mad'u* yang memungkinkan dialog atau tanya jawab yang lebih mudah dilakukan. Kemampuan berbagi konten yang dimiliki oleh media sosial juga berperan penting dalam menyebarkan pesan dakwah, karena pengguna dapat dengan mudah membagikan konten dakwah kepada jaringan sosial media mereka.⁴

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer saat ini. Instagram menonjolkan aspek visual dalam penyampaian pesan, dan penggunanya telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Menurut laporan dari *We Are Social*, pada oktober 2023 terdapat sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya.⁵ Pengguna Instagram dapat dengan mudah berbagi konten foto dan video, yang sering disebut sebagai *update* untuk berinteraksi dengan pengikut mereka. Keberadaan konten di media sosial terutama Instagram dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alat untuk mempromosikan merek atau

³ Muhamad Ngafifi. "Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya". Hal 34

⁴ Nurul Hidayatul Ummah. "Pemanfaatan sosial Media dalam Meningkatkan Efektifitas Dakwah di Era Digital". Hal 152

⁵ Levia Inggrit Sayekti. "Study Fenomologi: Pemanfaatan Konten Instagram Sebagai Efek Tren Media Promosi Shopee Affiliate". Hal 67

produk. Dengan menciptakan konten yang menarik, jangkauan dapat menjadi lebih luas dan bahkan dapat disesuaikan dengan karakteristik audien yang ingin ditargetkan.

Saat ini, media digital berperan aktif sebagai media yang digunakan oleh pendakwah untuk menyebarluaskan dakwahnya hingga dapat dilihat atau didengar oleh lebih banyak mad'u.⁶ Pada mulanya, dakwah dilakukan hanya terbatas dengan lisan, tulisan dan perbuatan yang dilakukan secara konvensional. Namun, kini seorang *da'i* dapat menggunakan media digital sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan-pesan agama.⁷

Salah satu *da'i* yang aktif menyampaikan dakwahnya di medial sosial adalah Ustadzah Halimah Alaydrus dengan akun Instagram pribadinya @halimahalaydrus, yang dibuat pada bulan Mei 2015 dan aktif hingga sekarang, dengan 2,9 juta pengikut dan 3.561 postingan hingga Desember 2025. Akun Instagram @halimahalaydrus memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, seperti *feed, reels, stories* dan *live streaming*.⁸

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

⁶ Ahmad Hayyan Najikh. "Dakwah Digital: Menakar Kualitas Da'i Dalam Fenomena Ustadz Media dan Radikalisme Pendakwah". Hal 29

⁷ Rohmah, Farikhatur dkk. "Komunikasi Dakwah Digital Dalam Penguatan Moderasi Beragama". Hal 136

⁸ Nurul Faizah Ramadhani. "Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Akun Instagram @halimahalaydrus". Hal 68

← halimahalaydrus 🔍 ⚡ :



Gambar 1.1 Akun Instagram @halimahalaydrus.
Sumber: Instagram 2025

Pada gambar di atas menunjukkan akun Instagram yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus. Melalui akun tersebut, peran Ustadzah halimah dalam dakwah digital dapat dilihat dari postingannya yang memuat pesan-pesan dakwah. Postingan-postingan dakwah tersebut memberikan wawasan keislaman khususnya bagi para muslimah, selain itu juga memuat berbagai pesan terkait motivasi, kekeluargaan, persahabatan yang kemudian dihubungkan dengan keadaan sekarang, sehingga dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus menjadi lebih relevan dengan kehidupan-kehidupan masyarakat, khususnya bagi para muslimah.⁹

Ustadzah Halimah Alaydrus menggunakan tulisan sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Gaya bahasa serta penulisannya yang mudah dipahami membuat pesan-pesan dakwahnya mudah tersampaikan dan diresapi oleh para *mad'u*. Ustadzah Halimah Alaydrus secara cerdas mengemas pesan-pesan dakwahnya dalam bentuk yang menarik dan juga relevan dengan perkembangan di Instagram, sehingga

⁹ Jum'ah dkk. "Antara Tradisi dan Inovasi: Menelisik Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Dakwah Digital". Hal 86

pesan-pesan tersebut dapat menyebar luas dan cepat di kalangan pengguna media sosial Instagram.¹⁰

Menggunakan tulisan sebagai sarana untuk berdakwah membutuhkan keahlian khusus, penulis harus mampu berpikir sekreatif dan semenarik mungkin ketika menuliskan isi pikirannya. Selain itu, penulis juga memerlukan perhatian dan waktu khusus agar pesan dakwah yang disampaikan melalui tulisan dapat dipahami oleh *mad'unya*. Berdakwah menggunakan metode *bil qalam*, seorang *da'i* juga harus menguasai berbagai unsur kebahasaan dan unsur isi, yang nantinya dipadukan dalam satu tulisan yang utuh dan tersusun. Dakwah *bil qalam* juga dapat mempengaruhi wacana publik karena sifat media massa dianggap mampu mengubah persepsi atau sikap pembacanya.¹¹

Sebagaimana halnya dakwah pada umumnya, dakwah *bil qalam* juga memiliki unsur-unsur yang khas, perbedaan dakwah *bil qalam* dengan jenis dakwah lainnya yaitu *da'i* yang memiliki kemampuan menulis, pesan dakwah, sasaran pembaca sebagai *mad'u*, bentuk dan gaya penulisan

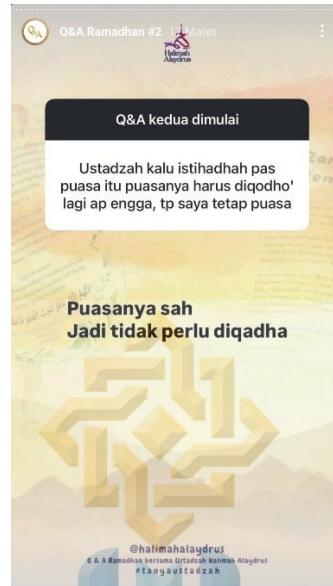
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

Disisi lain, fitur-fitur di Instagram juga digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dalam menyebarkan dakwah dapat dilihat pada postingan di bawah ini:

¹⁰ Tamita Fatwana Yuna, dkk. "Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram". Hal 161-162

¹¹ Nurul Faizah Ramadhan. "Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Akun Instagram @Halimahalaydrus". Hal 67

¹² Yudi Asmara Harianto. "Prospek Dakwah Bil Qalam Di Era New Media". Hal 156



Gambar 1.2 Postingan Stories @halimahalaydrus
Sumber: Instagram 2025

Dalam fitur *questions* tersebut Ustadzah Halimah Alaydrus membuka kolom pertanyaan yang kemudian diisi oleh para *pengikutnya*. Setelah *pengikutnya* memberi pertanyaan, Ustadzah Halimah Alaydrus menjawab pertanyaan tersebut melalui Instagram *stories*. Melalui fitur tanya jawab tersebut, Ustadzah Halimah Alaydrus dapat berdialog secara langsung dengan *pengikutnya*. Dengan fitur tersebut dapat terjalin hubungan yang baik antara Ustadzah Halimah Alaydrus dengan *pengikutnya*. Selain itu, jawaban dalam postingan tersebut juga bersumber pada ilmu pengetahuan yang dijawab secara singkat, lugas dan mudah dipahami oleh Ustadzah Halimah Alaydrus.

Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus digemari oleh para muslimah, karena ketenangan beliau dalam setiap menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, baik dalam bentuk *caption* atau secara langsung melalui *live* Instagram. Menariknya walaupun Ustadzah Halimah Alaydrus tidak pernah mengunggah foto dirinya sama sekali dalam setiap kajianya, di mana

Instagram identik dengan unggahan berbentuk foto dan video untuk merepresentasikan diri, namun hal tersebut tidak mengurangi citra dakwah dalam dirinya.¹³

Dakwah yang dilakukan Ustadzah Halimah Alaydrus memiliki karakteristik dakwah yang berbeda, hal itu dapat dilihat dari cara penyampaian dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus yang dapat menginspirasi para muslimah serta pesan-pesan dakwah yang disampaikan dapat menyentuh perasaan ketika membacanya. Jumlah pengikut akun Instagram @halimahalaydrus yang tidak sedikit, tentu dapat memberikan dampak positif bagi orang-orang yang mengikuti dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus. Aktivitas dakwah di akun Instagram @halimahalaydrus memberikan perspektif bahwa dakwah yang disampaikan melalui tulisan atau dakwah *bil qalam* dapat menyesuaikan segala kondisi dan situasi di masyarakat di zaman yang terus-menerus akan berubah.¹⁴

Namun demikian, tidak semua audien memaknai dan menerima konten dakwah *bil qalam* dengan cara yang sama, disinilah pentingnya melihat resepsi audien sebagai bentuk komunikasi dua arah yang dinamis. Dalam konteks komunikasi digital, audien bukan hanya penerima pasif, tetapi menjadi subjek yang aktif menafsirkan, merespon, bahkan membentuk ulang makna pesan sesuai dengan latar belakang, kondisi psikologis serta kebutuhan spiritual masing-masing.

¹³ Vivi Sri Rafika Umroh. "Medialisasi Dakwah: Popularitas Kajian Halimah Alaydrus dan Umi Laila di Kalangan Generasi Z". Hal 7

¹⁴ Jum'ah dkk. "Antara Tradisi dan Inovasi: Menelisik Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Dakwah Digital". Hal 90

Beberapa audien mungkin menerima isi pesan dakwah atau metode *bil qalam* Ustadzah Halimah Alaydrus secara utuh dan menganggapnya sebagai bimbingan spiritual yang menenangkan (kategori *dominant-hegemonic*). Sebagian lainnya mungkin menyesuaikan pemahamannya dengan situasi pribadi, mengambil sebagian pesan yang dirasa relevan (*negotiated reading*). Bahkan tidak menutup kemungkinan ada audien yang tidak terlalu merespon isi pesan atau merasa metode dakwah *bil qalam* dianggap kurang menarik karena lebih metode dakwah lain seperti konten visual cepat atau video pendek (*oppositional reading*).

Berdasarkan latar belakang tersebut, bahwa dakwah *bil qalam* (tulisan) tetap mendapatkan respon tinggi di tengah dominasi konten video pendek, hal ini menjadi tanda bahwa konten dakwah berbasis tekstual masih memiliki posisi kuat dalam ruang digital Islam. Maka dari itu penting untuk mengeksplorasi bagaimana resepsi audien terbentuk, serta apa yang mempengaruhi keberagaman pemaknaan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan teori resepsi Stuart Hall serta teori Uses and Gratification, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai dinamika komunikasi dakwah di media sosial yang berbasis teks dan nuansa reflektif.

Dengan adanya pembahasan ini, peneliti perlu mengkaji lebih dalam mengenai resepsi audien terhadap dakwah *bil qalam* dalam postingan akun @halimahalaydrus, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai "Resepsi Audien Instagram @halimahalaydrus Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam di Tengah Serbuan Konten Video".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian di atas. Peneliti merumuskan persoalan sebagai berikut:

1. Bagaimana resensi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi resensi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* pada postingan akun Instagram @halimahalaydrus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian di atas, tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana resensi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi resensi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat, baik dari segi teoritis ataupun segi praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat maupun tidak terlibat dalam penelitian ini.

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini yang menganalisis resensi audien Instagram @halimahalaydrus terhadap dakwah *bil qalam*, peneliti berharap untuk memberikan manfaat informasi baru serta pemahaman terhadap khalayak, khususnya tentang resensi audien di media sosial

Instagram. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pendidikan dan referensi bagi para sarjana yang melakukan kajian pada mata kuliah terkait.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan dapat memberikan pembelajaran terhadap pemahaman mendalam tentang bagaimana resepsi audien terhadap konten dakwah yang berupa tulisan (*bil qalam*) dalam media sosial Instagram. Tujuan dari penelitian ini juga untuk menambah pengetahuan dan memperluas cara pandang penulis terhadap analisis resepsi audien, baik dakwah *bil qalam* maupun dakwah secara umum.

Penelitian ini juga diharapkan dapat berdampak pada pemanfaatan media Instagram sebagai wadah penyampaian ajaran agama Islam. Khususnya mahasiswa di bidang komunikasi yang didorong untuk terlibat aktif sebagai pembuat konten, menghasilkan konten inovatif yang berisi pesan-pesan dakwah.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti. Berikut adalah penjelasan bagi istilah-istilah tersebut:

1. Resepsi Audien

Istilah resepsi merujuk pada sekumpulan penonton yang memiliki perhatian dan aktif dalam memproduksi makna yang diberikan oleh

media. Oleh karena itu, posisi audien dalam tradisi komunikasi merujuk pada tradisi kultural, yang juga dikenal sebagai analisis resepsi. Tradisi ini menekankan pada khalayak aktif. Selain itu, tradisi ini menganggap khalayak tidak pasif maupun heterogen, karena terdapat perbedaan pengalaman. Resepsi audien beranggapan audien sangat aktif dalam memproduksi makna yang terkandung dalam teks. Hadirnya audien aktif menegaskan bahwa audien tidak pasif dalam mengkonsumsi hingga memaknai media.

2. Instagram

Instagram atau juga disebut IG merupakan jenis media sosial berupa aplikasi yang digunakan penggunanya untuk berbagi gambar atau video dan dapat menerapkan filter pada keduanya yang kemudian dapat mengunggahnya pada fitur yang tersedia. Instagram menawarkan berbagai fitur menarik yang memungkinkan pengguna untuk menunjukkan diri mereka secara unik.

3. Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus

Konten dakwah *bil qalam* merupakan pesan-pesan yang disampaikan dalam bentuk tulisan panjang (caption), kutipan reflektif atau kalimat motivasi yang mengandung nilai-nilai Islami. Dalam penelitian ini, konteks dakwah *bil qalam* ini merujuk pada gaya dakwah berbasis teks yang menjadi ciri khas Ustadzah Halimah Alaydrus. Dakwah *bil qalam* yang digunakan pada penelitian ini adalah konten dakwah *bil qalam* berdasarkan kategori pesan dakwah Islam (Januari-Juni 2025) yaitu

aqidah, syariah dan akhlak.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang runtut, maka perlu dilakukan penyusunan yang sistematis oleh penulis, sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis mendeskripsikan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I, Pendahuluan. Pemaparan pertama di bab I menggambarkan kerangka penjelasan yang mudah dipahami, berisikan konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian dan definisi istilah. Definisi istilah berisi pemaparan yang menjelaskan hal yang berkaitan dengan judul penelitian.

BAB II, Kajian Pustaka. Penjelasan pada bab ini, berisikan tentang kajian pustaka yang meliputi, kajian atay penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dan kajian teori.

BAB III, Metode Penelitian. Pada bab ini, menjelaskan tentang metodologi penelitian, yang menjabarkan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap penelitian.

BAB IV, Penyajian Data dan Analisis. Terkait dengan pembahasan ini, memaparkan gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisi serta pembahasan temuan yang sesuai dengan fakta atau data yang didapatkan.

BAB V, Penutup. Berisikan sebuah kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran mengenai pembahasan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan yang membantu peneliti untuk menghindari terjadinya keserupaan dalam karya ilmiah terhadap peneliti sebelumnya. Beberapa karya penelitian yang signifikan dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Jurnal penelitian Yudi Asmara Hariantoro mahasiswa STID Al-Hadid Surabaya dalam jurnal volume 2 nomor 1 berjudul "*Prospek Dakwah Bil Qalam Di Era New Media*". Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Selain itu persamaan pada penelitian ini juga terdapat pada tema atau pembahasan mengenai dakwah *bil qalam*. Sementara perbedaan pada penelitian ini adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian dakwah *bil qalam* secara global pada era new media, sedangkan penelitian ini objek penelitannya adalah resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam Instagram @halimahalaydrus.¹⁵
2. Jurnal penelitian Alfira Nanda Delya, dkk mahasiswa Universitas Al-Azhar Indonesia dalam jurnal CommLine volume 07 nomor 01 berjudul "*Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan Online Bukalapak 'A Stranger – A Ramadan Story'*".

¹⁵ Yudi Asmara Hariantoro. (2024). "Prospek Dakwah Bil Qalam Di Era New Media". Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol 2 No. 1

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori resepsi. Sedangkan Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini adalah pada objek penelitian, objek penelitian terdahulu merupakan membahas mengenai analisis resepsi khalayak terhadap iklan online sedangkan pada penelitian ini membahas resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam Instagram @halimahalaydrus.¹⁶

3. Jurnal penelitian Nurul Faizah Ramadhani mahasiswa Universitas Sjech M.Jamil Djambek Bukittinggi dalam jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam volume 1 nomor 1 berjudul "Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Akun Instagram @halimahalaydrus".

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai dakwah *bil qalam* pada media sosial Instagram. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menganalisis postingan @halimahalaydrus untuk mengetahui isi pesan dakwah *bil qalam* yang terkandung didalamnya, sedangkan penelitian ini menganalisis resespi audien mengenai konten dakwah *bil qalam* yang terdapat pada postingan Instagram @halimahalaydrus.¹⁷

¹⁶ Alfira Nanda Delya, dkk. (2022). "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan Online Bukalapak 'A Stranger – A Ramadan Story'". Jurnal Commline. Vol. 7 No. 01

¹⁷ Nurul Faizah Ramadhani. (2023). "Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Akun Instagram @halimahalaydrus". Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam. Vol.1, No. 1

4. Skripsi dari Azizah Nurkhasanah mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta (2022). Dengan judul "Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram @LYFEWITHLESS Terhadap Konten Kampanye #BELAJARJADIMINIMALIS".

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai resepsi audien di media sosial Instagram. Sedangkan perbedaanya terdapat pada objek penelitian, penelitian terdahulu menganalisis resepsi audien terhadap konten kampanye #belajarjadiminimalis, sedangkan penelitian ini mengalisis resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam*.¹⁸

5. Jurnal penelitian M. Fadhil Yarda Gafallo mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Pontianak dalam jurnal Ilmu Komunikasi volume 7 nomor 1 berjudul "Resepsi Audien Pada Iklan Televisi Komersial".

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai resepsi audien. Sedangkan perbedaannya, objek penelitian pada penelitian terdahulu adalah iklan pada televisi komersial. Sementara pada penelitian ini, objek penelitiannya adalah konten dalam media sosial Instagram.¹⁹

¹⁸ Azizah Nurkhasanah. "Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram @LYFEWITHLESS Terhadap Konten Kampanye #BELAJARJADIMINIMALIS". (Skripsi UIN Raden Mas Said Surakarta) 2022

¹⁹ M. Fadhil Yarda Gafallo. (2022). "Resepsi Audien Pada Iklan Televisi Komersial". Jurnal Ilmu

6. Skripsi dari Muara Prana Gading mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas bahasa dan ilmu komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang (2024). Dengan judul "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Youtube Softex Daun Sirih Versi Voice Of Baceprot Story".

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai resepsi audien. Perbedaan yang ditemukan adalah objek penelitian dimana penelitian terdahulu menganalisis resepsi audien pada iklan di Channel Youtube sedangkan penelitian ini menganalisis resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* pada akun Instagram.²⁰

7. Jurnal penelitian Jum'ah dkk mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam jurnal Al-Hikmah volume 15 nomor 2 berjudul "Antara Tradisi dan Inovasi: Menelisik Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Dakwah Digital"

Persamaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian, sama menggunakan kualitatif dan membahas mengenai akun media sosial Ustadzah Halimah Alaydrus. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu menganalisis postingan @halimahalaydrus untuk mengetahui peran dan bagaimana pemanfaatan YouTube serta Instagram oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dalam menyiaran ajaran islam. Sedangkan penelitian

Komunikasi. Vol.7 No.1

²⁰ Muara Prana Gading "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Youtube Softex Daun Sirih Versi Voice Of Baceprot Story". (Skripsi Universitas Islam Sultan Agung Semarang). 2024

ini membahas mengenai resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam akun Instagram @halimahalaydrus.²¹

8. Skripsi dari Raihana Ummu Kulsum mahasiswa prodi komunikasi dan penyiaran Islam fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2020). Dengan judul "Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial Ditengah Pandemi Covid-19".

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai akun media sosial Ustadzah Halimah Alaydrus. Perbedaan yang ditemukan adalah penelitian terdahulu membahas mengenai strategi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di media sosial sedangkan penelitian ini membahas mengenai resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam akun Instagram @halimahalaydrus.²²

9. Jurnal penelitian Tamita Fatwana Yuna dkk mahasiswa UIN Sumatera Utara, medan (2023) dalam jurnal Sosiologi Agama Indonesia volume 4 no 2 berjudul "Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram".

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas

²¹ Jum'ah dkk. (2024). " Antara Tradisi dan Inovasi: Menelisik Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Dakwah Digital". Jurnal Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan. Vol.15 No. 2

²² Raihana Ummu Kulsum . "Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial Ditengah Pandemi Covid-19". (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). 2020

mengenai dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus media sosial Instagram.

Perbedaan yang ditemukan adalah dimana penelitian terdahulu membahas mengenai komunikasi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram sedangkan penelitian ini membahas mengenai resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam akun Instagram @halimahalaydrus.²³

- 10.** Jurnal penelitian Faras Puji Azizah mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dalam jurnal Manajemen Dakwah volume 6 nomor 1 berjudul "Mengenal Lebih Dekat Perempuan di Era Media Sosial: Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui YouTube dan Instagram"

Persamaan pada penelitian ini adalah terdapat pada metode penelitian, yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga objek penelitian yakni akun sosial media Ustadzah Halimah Alaydrus.

Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas mengenai strategi dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus di media sosial Instagram dan YouTube, sedangkan penelitian ini membahas mengenai resepsi audien pada konten dakwah *bil qalam*

pada akun Instagram @halimahalaydrus.²⁴

²³ Tamita Fatwana Yuna dkk. (2023). "Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram". Jurnal Sosiologi Agama Indonesia. Vol.4 No.2

²⁴ Faras Puji Azizah . (2023). "Mengenal Lebih Dekat Perempuan di Era Media Sosial: Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui YouTube dan Instagram". Jurnal Manajemen Dakwah. Vol.6 No.1

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Yudi Asmara Harianto pada tahun 2024 dengan judul Prospek Dakwah <i>Bil Qalam Di Era New Media</i>	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan terdapat pada tema atau pembahasan mengenai dakwah <i>bil qalam</i> .	Penelitian terdahulu membahas mengenai prospek dakwah bil qalam di <i>era new media</i> sedangkan objek penelitian ini adalah resensi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam Instagram @halimahalaydrus
2.	Alfira Nanda Delya, dkk pada tahun 2022 dengan judul Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan Online Bukalapak 'A Stranger – A Ramadan Story'	Menggunakan metode Penelitian Kualitatif dan Menggunakan teori resepsi	Objek penelitian terdahulu membahas mengenai analisis resepsi khalayak terhadap iklan online, pada penelitian ini membahas resensi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam Instagram @halimahalaydrus
3.	Nurul Faizah Ramadhani pada tahun 2023 dengan judul Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Akun Instagram @Halimahalaydrus	Menggunakan metode Penelitian Kualitatif dan membahas mengenai dakwah <i>bil qalam</i> pada media sosial Instagram	Penelitian terdahulu menganalisis postingan @Halimahalaydrus untuk mengetahui isi pesan dakwah bil qalam yang terkandung didalamnya, pada penelitian ini menganalisis resensi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam Instagram @halimahalaydrus.
4.	Azizah Nurkhasanah pada tahun 2022 dengan judul Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram @LYFEWITHLESS Terhadap Konten	Menggunakan metode Penelitian Kualitatif dan membahas mengenai resensi audien di	Penelitian terdahulu menganalisis resensi audien terhadap konten kampanye #belajarjadiminimalis, sedangkan penelitian ini menganalisis resensi

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kampanye #BELAJARJADIMINI MALIS	media sosial Instagram	audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i>
5.	M. Fadhil Yarda Gafallo pada tahun 2022 dengan judul Resepsi Audien Pada Iklan Televisi Komersial	Menggunakan metode Penelitian kualitatif dan membahas mengenai resepsi audien	Objek penelitian pada penelitian terdahulu adalah iklan pada televisi komersial sedangkan pada penelitian ini adalah konten atau postingan dalam media sosial Instagram.
6.	Muara Prana Gading pada tahun 2024 dengan judul Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Youtube Softex Daun Sirih Versi Voice Of Baceprot Story	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai resepsi audien	Penelitian terdahulu menganalisis resepsi audien pada iklan di Channel Youtube sedangkan penelitian ini menganalisis resepsi audien terhadap postingan dakwah <i>bil qalam</i> pada akun Instagram.
7.	Jum'ah dkk pada tahun 2024 dengan judul Antara Tradisi dan Inovasi: Menelisik Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Dakwah Digital	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai akun media sosial Ustadzah Halimah Alaydrus	Penelitian terdahulu menganalisis postingan @halimahalaydrus untuk mengetahui peran dan bagaimana pemanfaatan YouTube serta Instagram oleh Ustadzah Halimah sedangkan penelitian ini membahas mengenai resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam akun Instagram @halimahalaydrus.
8.	Raihana Ummu Kulsum pada tahun 2020 dengan judul Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial Ditengah	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai akun media sosial	Penelitian terdahulu membahas mengenai strategi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di media sosial sedangkan penelitian ini

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Pandemi Covid-19	Ustadzah Halimah Alaydrus	membahas mengenai resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam akun Instagram @halimahalaydrus.
9.	Tamita Fatwana Yuna dkk pada tahun 2023 dengan judul "Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram".	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus media sosial Instagram.	Penelitian terdahulu membahas mengenai komunikasi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram sedangkan penelitian ini membahas mengenai resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam akun Instagram @halimahalaydrus.
10.	Faras Puji Azizah pada tahun 2023 dengan judul Mengenal Lebih Dekat Perempuan di Era Media Sosial: Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui YouTube dan Instagram	Menggunakan metode penelitian kualitatif dan objek penelitian yakni akun sosial media Ustadzah Halimah Alaydrus	Penelitian terdahulu membahas strategi dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus di media sosial Instagram dan YouTube sedangkan penelitian ini membahas mengenai resepsi audien pada konten dakwah <i>bil qalam</i> pada akun Instagram @halimahalaydrus.

Kelebihan pada penelitian adalah menyentuh dua aspek penting dalam studi komunikasi digital Islam, yaitu konten dakwah berbasis teks (*bil qalam*) dan resepsi audien di media sosial. Di tengah dominasi konten visual dan video pendek, fokus pada dakwah *bil qalam* menjadi keunikan tersendiri yang menawarkan kontribusi akademik baru. Judul ini menangkap fenomena menarik di mana dakwah bersifat kontekstual justru tetap memiliki peminat

dan pengaruh di platform digital seperti Instagram. Dengan demikian, judul ini memiliki relevansi tinggi terhadap isu aktual dan membuka ruang kajian tentang efektivitas media teks dalam dakwah digital modern.

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan suatu perspektif dalam penelitian. Suatu pembahasan teoritis yang berkaitan dengan pembahasan penelitian bertujuan untuk menambah wawasan peneliti dalam mengkaji sebuah permasalahan yang akan dipecahkan oleh peneliti.

1. Teori Resepsi (*Reception Analysis*)

Teori resepsi atau teori penerimaan audien merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk meneliti tentang khalayak di media yang mementingkan tanggapan pembaca terhadap sebuah karya seperti penilaian atau penafsiran. Pendekatan analisis tersebut mulai diperkenalkan oleh Stuart Hall pada tahun 1973, seorang tokoh penting dalam kajian budaya, dalam menjelaskan proses *encoding/decoding*.

Teori ini melihat pengaruh kontekstual dalam penggunaan media serta pemaknaan dari seluruh pengalaman khalayak. Studi ini berusaha untuk mengetahui bagaimana khalayak memahami, menginterpretasi isi pesan (memproduksi makna), berdasarkan pengalaman (*story of life*) dan pandangannya selama melakukan interaksi dan mengonsumsi isi media online selama ini.²⁵

²⁵ Alfira Nanda Delya, dkk. "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan Online Bukalapak 'A Stranger – A Ramadan Story'". Hal 45

Media melakukan kontrol terhadap isi pesan dengan melakukan *encoding* terhadap pesan. Sebagaimana dikemukakan Becker, untuk dapat dimengerti maka isi media harus diubah ke dalam bentuk-bentuk simbolis. Komunikator mempunyai pilihan terhadap sejumlah kode dan simbol yang akan mempengaruhi makna isi pesan bagi penerimanya. Karena kode, simbol dan bahasa, sadar atau tidak, juga menjadi pilihan terhadap ideologi. Pada saat bersamaan, audien akan menggunakan berbagai kategori yang mereka miliki untuk melakukan decoding terhadap pesan dan mereka sering kali menginterpretasikan pesan media melalui cara-cara yang tidak dikehendaki oleh sumber pesan sehingga menimbulkan makna yang berbeda.²⁶

Sebagai akibat munculnya makna yang berbeda, ideologi yang berlawanan akan muncul di masyarakat. Maka yang diinginkan suatu pesan iklan dapat hilang atau tidak diterima oleh kelompok audien tertentu karena mereka memberikan interpretasi dengan cara berbeda.

Menurut Stuart Hall, khalayak melakukan *decoding* terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

- a. Posisi Hegemoni Hominan (*dominant hegemonic position*)

Hall menjelaskan hegemoni dominan sebagai situasi di mana media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Sesuatu yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh khalayak. Situasi ini merupakan di mana media menyampaikan pesannya

²⁶ Morrisan. "Teori Komunikasi Individu Hingga Massa". Hal 549

dengan menggunakan kode budaya dominan yang berlaku. Pembaca sejalan dengan kode-kode program (yang didalamnya terkandung nilai-nilai, sikap, keyakinan dan asumsi) dan secara penuh menerima makna yang disodorkan dan dikehendaki oleh si pembuat program.

b. Posisi Negoisasi (*Negotiated reading*)

Posisi di mana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu.

Dalam hal ini, khalayak bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat.

c. Posisi Oposisional (*Oppositional position*)

Cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan decoding terhadap pesan media adalah melalui “oposisi” yang terjadi ketika khalayak yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif.

Audien menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media.²⁷

Hall menerima fakta bahwa media membungkai pesan dengan maksud tersembunyi yaitu untuk membujuk, namun demikian khalayak juga memiliki kemampuan untuk menghindari diri dari kemungkinan

²⁷ Morrisan. "Teori Komunikasi Individu Hingga Massa". Hal 549-551

tertelan oleh ideologi dominan, namun demikian sering kali pesan bujukan yang diterima khalayak bersifat sangat halus. Para ahli teori studi kultural tidak berpandangan khalayak mudah dibodohi media namun sering kali khalayak tidak mengetahui bahwa mereka telah terpengaruh dan menjadi bagian dari ideologi dominan.²⁸

2. Uses and Gratification Theory

Teori Uses and Gratification (kebutuhan dan kepuasan) pada awalnya muncul karena adanya kritikan terhadap teori Bullet yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1930. Sebelumnya, teori Bullet menyatakan bahwa khalayak media dianggap sebagai khalayak pasif yang mudah dipengaruhi oleh media. Oleh karena itu muncullah teori ini yang menyatakan jika khalayak media dipandang sebagai khalayak aktif dimana mereka menggunakan media dikarenakan kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan. Teori ini menjadikan komunikator (khalayak media) sebagai fokus utamanya bukan komunikasi (khalayak media). Dalam karya tulisnya yang diterbitkan pada awal tahun 1970, Schramm pada akhirnya meminta kepada para peminatnya agar teori Bullet tersebut dianggap tidak ada, sebab khalayak yang menjadi sasaran media massa itu ternyata tidak pasif.²⁹

Dalam teori Uses and Gratification khalayak dipandang sebagai individu aktif dan mempunyai tujuan, mereka bertengkar dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan

²⁸ Morrisan. "Teori Komunikasi Individu Hingga Massa". Hal 551

²⁹ Dr. Humaizi, M.A "Uses and Gratifications Theory". Hal 1

mereka. Menurut teori ini, individu sadar akan kebutuhan mereka dan bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Media hanya menjadi salah satu cara menyediakan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media dan memilih cara lain.³⁰

Pendekatan teori ini pertama kali diungkapkan oleh Elihu Katz bahwa setiap orang berperan aktif dalam setiap sistem komunikasi yang melibatkan banyak partisipan. Hal ini juga diungkapkan kembali oleh Andrew and Ph, Child and Haridakis, dan Ruggiero bahwa faktor pribadi akan sangat mempengaruhi banyak orang dalam proses komunikasi, baik sisi psikologis individu, nilai, kepercayaan serta penyampaian pengalaman untuk bidang tertentu.³¹

Dalam perkembangannya, terdapat beberapa asumsi yang mendasari teori Uses and Gratification, salah satunya yaitu asumsi dasar dari tokoh yang memelopori teori Uses and Gratification, Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevith yang menguraikan lima asumsi dasar dari teori ini, di antaranya:

KIAI HAJI ACHIMAD SIDDIQ

- 1) Khalayak memiliki peran aktif
Khalayak bukanlah penerima yang pasif atas apapun yang media siarkan. Khalayak memiliki peran dalam memilih dan menentukan isi media program. Perilaku komunikasi khalayak mengacu pada target tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motivasi, tujuan dan kebutuhan pribadi lainnya;

³⁰ Dr. Humaizi, M.A "Uses and Gratifications Theory". Hal 1

³¹ Bonaraja Purba, dkk. "Pengantar Ilmu Komunikasi". Hal 103

2) Khalayak bebas memilih media

Pada prinsipnya, khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik agar bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Media produser mungkin tidak menyadari penggunaan oleh khalayak yang menjadi sasaran program dan anggota khalayak yang mungkin berbeda memanfaat program yang sama untuk memuaskan kebutuhan yang berbeda. Khalayak mengambil inisiatif dalam penggunaan media, seseorang memilih menonton berita yang ada di Televisi jika sedang membutuhkan informasi begitu pun sebaliknya, seseorang akan memilih tayangan komedi apabila membutuhkan hiburan;

3) Media bukan satu-satunya sumber pemuas

Media bukanlah satu-satunya sarana yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian untuk memuaskan konsumen. Khalayak dapat memuaskan kebutuhannya tanpa media semisal pergi berlibur, olahraga, menari, memancing dan sebagainya. Khalayak yang tidak memiliki inisiatif akan lebih mudah dipengaruhi media;

4) Tujuan media pemilih disimpulkan dari data yang anggota khalayak atau penonton berikan

Individu dianggap cukup paham untuk melaporkan

kepentingannya dan motif pada situasi-situasi tertentu.

Khalayak melakukan pilihan secara sadar mengenai penggunaan media yang digunakannya. Riset awal pada teori **Uses and Gratification** adalah dengan mewawancara responden untuk bertanya mengapa ia mengonsumsi media tertentu dan secara langsung melakukan observasi terhadap reaksi responden selama wawancara berlangsung;

5) Signifikansi Pencegahan Nilai Budaya

Pertimbangan nilai tentang signifikansi budaya dari media massa harus dicegah. Program atau muatan media harus bersifat global karena akan ditangkap oleh khalayak yang beragam dari budaya yang beragam pula. Namun selain itu, Katz menyatakan bahwa situasi sosial dimana audien juga ikut terlibat dalam mendorong atau meningkatkan kebutuhan audien terhadap media.

Berdasarkan asumsi dasar yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevith dapat dilihat bahwa secara umum asumsi dasar dari teori **Uses and Gratification** fokus pada khalayak media. Di mana keputusan menggunakan media sepenuhnya berada di tangan khalayak hingga pada akhirnya mereka dapat memutuskan untuk menggunakan media atau tidak menggunakan sama sekali.³²

³² Dr. Humaizi, M.A "Uses and Gratifications Theory". Hal 14

Selanjutnya Blumler dan Katz (1974) mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut teori ini, konsumen media memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya sendiri. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat menjadi pengaruh buruk dalam kehidupan. Pengaruh dalam bentuk perilaku atau berkenaan dengan pemilihan tontonan yang dilakukan khalayak.³³

Menurut Katz (1973) keperluan-keperluan khalayak dikategorikan sebagai berikut:

1. Keperluan Kognitif

Keperluan yang terlibat untuk memperkuat informasi, pengetahuan dan pemahaman sekitar. Keperluan ini berasal dari keinginan untuk memahami dan menguasai sekitar serta memuaskan atau untuk memenuhi rasa ingin tahu.

2. Keperluan Afektif

Keperluan yang berkaitan dengan estetika, keindahan dan pengalaman emosi. Keindahan dan hiburan merupakan motivasi dan dapat dipenuhi melalui media.

³³ Dr. Humaizi, M.A "Uses and Gratifications Theory". Hal 4

3. Keperluan Integratif Individu

Integrative individu Adalah yang berhubungan dengan penguatan kredibilitas, keyakinan, stabilitas dan status individu. Hal ini bermula dari keinginan individu untuk mencapai *self-esteem*.

4. Keperluan Integratif Sosial

Keperluan yang berkaitan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, kawan dan dunia sekitar. Hal ini berawal dari keinginan seseorang untuk berafiliasi dengan orang lain.

5. Keperluan Pelepasan (*Escapism*)

Keperluan yang berkaitan untuk menghilangkan atau mengurangkan tekanan dan keinginan untuk mengelak dari masalah yang dihadapi atau untuk melupakan sesuatu yang buruk.³⁴

3. Dakwah Bil Qalam

Secara umum, dakwah diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu Dakwah Lisan (*Da'wah bi al-lisan*), Dakwah Tulis (*Da'wah bi al-qalam*) dan Dakwah Tindakan (*Da'wah bi al-hal*).³⁵ Istilah dakwah *bil qalam* terdiri dari dua komponen pokok, yaitu dakwah dan qalam. Dakwah secara konvensional dipahami sebagai upaya yang dilakukan seorang muslim untuk mengajak, menyeru dan membujuk umat manusia agar meninggalkan perilaku buruk serta menjalankan kebaikan dan kebajikan.

³⁴ Dr. Humaizi, M.A "Uses and Gratifications Theory". Hal 23-24

³⁵ Moh. Ali Aziz. "Ilmu Dakwah (edisi revisi)". Hal 359.

Upaya ini berlandaskan pada nilai-nilai ketauhidan Islam yang bersifat Universal dan berkeadilan. Sementara itu, qalam merujuk pada tulisan, sehingga dakwah *bil qalam* memiliki makna upaya *da'i* dalam menyeru umat manusia untuk menerima dan menjalankan nilai-nilai islam yang dilakukan melalui tulisan.

Pengertian Dakwah *bil qalam* dapat dirujuk dari asal bahasanya, yaitu bahasa arab. Dakwah *bil qalam* jika ditulis sesuai dengan gramatikal bahasa arab, maka ditulis *ad-da'wah bi al-qalam*, yang terdiri dari dua kata yaitu, *da'wah* dan *qalam*. Dalam buku Metodologi dakwah kontemporer karya Muriah, *da'wah* (jika ditulis arab) dan dakwah (ditulis Indonesia) secara etimologis merupakan bentuk mashdar dari akar kata *da'a-yad'u-da'wah* yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong dan memohon.³⁶ Penggunaan nama "Qalam" merujuk kepada firman Allah SWT di bawah ini:

نَّ وَالْقَلْمَ وَمَا يَسْطُرُونَ ﴿١﴾

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

Ayat ini sangat spesifik dengan dakwah *bil qalam*, dimana Allah Swt memberi isyarat akan pentingnya menulis dan apa yang ditulis. Ali bin Abi Thalib pernah berkata "Tulisan ialah taman para ulama". Melalui seni tulisan, para ulama "mengabadikan" dan menyebarluaskan pemikiran serta pandangan keislamannya. Metode menggunakan karya

³⁶ Siti Muriah. "Metodologi Dakwah Kontemporer". Hal 12.

³⁷ NU Online. "Surat Al-Qalam:1". <https://quran.nu.or.id/al-qalam/1>

tulis ialah buah dari keterampilan tangan ketika menyampaikan pesan dakwah.³⁸

Dakwah *bil qalam* memiliki efisiensi dalam kegiatan penyampaiannya kepada para khalayak luas. Para ulama maupun pemimpin menggunakan ilmu jurnalistik untuk mendesain dengan sedemikian rupa sampai akhirnya pembaca suatu buku, surat kabar, majalah maupun karya tulis lainnya mampu dimasuki unsur islam maupun dakwah berupa tulisan. Bagaimanapun dinamikanya, dakwah melalui tulisan tetaplah sebuah tantangan untuk para da'i, tulisan seolah menjadi suatu metode serta media yang lebih mampu bertahan dibandingkan dengan dakwah secara lisan. Dakwah lisan bukannya harus ditinggalkan, namun sebaliknya, hanya perlu mengambil suatu langkah lagi untuk menulis konsep dakwah yang ingin disampaikan secara lisan menjadi sebuah tulisan sehingga dakwah yang dijalankan semakin efektif.³⁹

4. Instagram

Kehadiran situs jejaring sosial (sosial networking site) atau sering disebut dengan media sosial (sosial media) seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Skype merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi

³⁸ Moh. Ali Aziz. "Ilmu Dakwah". Hal 374

³⁹ Rini Fitria, dkk. "Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah". Hal 228-229

dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.⁴⁰

Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram merupakan sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital dengan fungsi yang hampir sama dengan media sosial Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap sesama penggunanya.⁴¹

Instagram mempermudah individu dalam berekspresi dan mengekspresikan diri mereka. Sebagai platform digital yang mendukung pengguna dalam menampilkan kepribadian mereka, Instagram menyediakan berbagai fitur menarik. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna dalam menunjukkan diri mereka secara unik.

Seperti media sosial lainnya, Instagram juga memiliki beberapa fitur-fitur di dalamnya:

1. Home Page

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
Merupakan halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sama-sama pengguna yang diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer.

2. Comment

Sebagai layanan jejaring social, Instagram menyediakan fitur komentar, foto atau video yang diunggah dapat diberi komentar pada

⁴⁰ Dr. Rulli Nasrullah. "Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)". Hal 36

⁴¹ Bambang Dwi Atmoko. "Instagram Handbook". Hal 10

kolom yang tersedia. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah postingan, kemudian tulis perihal mengenai hal pada foto atau video setalah itu tekan tombol *send* atau kirim.

3. Explore

Merupakan tampilan dari foto atau video populer yang paling banyak disukai oleh pengguna Instagram. Instagram sendiri menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore effect* atau umpan *explore*.

4. Profil

Fitur ini dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu profil milik pribadi maupun sesama pengguna lainnya.

5. News Feed

Merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

6. Stories

Merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur home, namun dalam stories atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu 24 jam untuk ditampilkan.⁴²

Sebagai media sosial, Instagram memiliki banyak fitur untuk berinteraksi dengan sesama pengguna lainnya, yaitu sebagai berikut:

⁴² Bambang Dwi Atmoko. "Instagram Handbook". Hal 28

1. *Follow* berarti ikut, *followers* Adalah pengikut. Dari pengguna Instagram satu dengan lainnya dapat saling mengikuti atau berteman. Jumlah pengikut dan pengguna yang diikuti akan terlihat di profil pengguna.
2. *Like* merupakan suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai foto atau video pada unggahan Instagram, simbol *like/suka* adalah simbol hati. Menyukai postingan dilakukan dengan cara menekan tombol di bawah unggahan yang bersebelahan dengan komentar atau dengan *double tab* pada unggahan.
3. *Comments* atau komentar adalah aktivitas dalam memberikan ungkapan melalui kata-kata, penggunaan bebas memberikan komentar apapun terhadap unggahan, baik itu saran, puji dan kritikan.
4. *Aerobba* adalah fitur untuk menambah, memanggil atau menandai pengguna lain baik dalam komentar atau postingan dengan cara memasukkan nama pengguna yang dimaksud agar terbaca oleh pengguna yang disebut sebelumnya.⁴³

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴³ Arif Rohmadi. "Tips Produktif Ber-Social Media: Memanfaatkan Aneka Sosial Media Populer, Riset Media Sosial, Promosi Online". Hal 16

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Suatu penelitian bertujuan untuk memahami permasalahan sehingga dapat dikembangkan kebenarannya, maka diperlukan metode dalam penelitian tersebut. Hal ini agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengumpulkan terkait data serta tujuan untuk menciptakan akan gambaran umum dan menjelaskan yang faktual serta akurat terkait dengan permasalahan yang diteliti.⁴⁴

Penelitian ini mengulas dan menganalisa bagaimana pesan yang disampaikan oleh media akan diterima oleh masyarakat dan bagaimana pemaknaan tersebut dapat mempengaruhi perilaku ataupun kehidupannya. Pendekatan ini akan membantu peneliti dalam mencari data yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah yang akan ditelaah melalui teknik pengumpulan data studi pustaka, dokumentasi, observasi, penelitian terdahulu dan wawancara. Partisipan dalam penelitian merupakan pengikut yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk diwawancara mengenai resepsinya tentang konten dakwah *bil qalam* dan faktor resepsinya pada Instagram @halimahalaydrus. Data-data yang diperoleh dari Partisipan kemudian dianalisis menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall untuk

⁴⁴ Hindayati Mustafidah dkk. “Dasar-dasar Metodologi Penelitian”. Hal 38

mengetahui resepsi penerimaannya apakah pada posisi dominasi, negoisasi atau opisisi serta menggunakan teori Uses and Gratification untuk menganalisa faktor resepsinya.

B. Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian kualitatif penentuan Lokasi penelitian merupakan hal yang penting dalam penelitian karena hal tersebut sudah terstruktur. Lokasi penelitian ditentukan agar mempermudah berlangsungnya proses penelitian. Lokasi pada penelitian ini adalah konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Akun Instagram @halimahalaydrus dari bulan januari-Juni yang dikategorikan berdasarkan pesan dakwah Islam yaitu aqidah, Syari'ah dan akhlak.

C. Subjek Penelitian

Subjek yang dimaksud adalah sumber data yang ingin diperoleh oleh peneliti, siapa yang akan menjadi narasumber, bagaimana menggali data dari narasumber, apakah data yang diperoleh sudah valid.

1. Data Primer

Data primer merupakan data utama dalam pembahasan masalah penelitian. Sumber data primer pada penelitian ini adalah wawancara dengan Partisipan yaitu *pengikut* akun Instagram @halimahalaydrus. Catatan hasil wawancara akan dianalisis dan diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah. Maka pada penelitian ini subjek yang dijadikan sebagai partisipan adalah:

- a) Fatimatuz Zahro (24 tahun).
- b) Siti Holifah (22 tahun).
- c) Wahyu Susilowati (22 tahun).
- d) Susanti (31 tahun).
- e) Dela Dwi Safitri (22 tahun).
- f) Cindy Nahillatul Febriana (22 tahun).
- g) Nanik Haryanti (21 tahun).
- h) Mita Badriyatul Jannah (22 tahun).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari para Partisipan. Data ini diperoleh melalui dokumen, buku, jurnal, hasil studi, hasil survei, situs internet, dan sumber bacaan lain yang relevan dengan tema penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap paling penting dalam penelitian, karena tujuan pokok penelitian adalah untuk memperoleh data.

Tanpa memahami teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan bisa mendapatkan data yang sesuai dengan kriteria yang diterapkan.⁴⁵ Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Penggunaan teknik observasi dipilih karena peneliti bertujuan untuk mendapatkan data melalui pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap

⁴⁵ Prof. Dr. Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Hal 224

fenomena yang sedang diteliti.⁴⁶ Proses observasi pada penelitian ini adalah mengamati postingan pada akun Instagram @halimahalaydrus, seperti *Caption*, hastag, desain visual, tema konten, isi pesan, dan frekuensi posting.

2. Wawancara

Dalam proses wawancara, peneliti dapat melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah responden terpilih untuk mendapatkan pemahaman yang lebih rinci. Wawancara semacam ini termasuk dalam payung wawancara mendalam (sugiono, 2018). Dalam penelitian ini, akan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur dimana peneliti memiliki kebebasan untuk mengembangkan pertanyaan diluar dari pertanyaan yang telah ditentukan.⁴⁷

Pendekatan ini melibatkan penggunaan pertanyaan yang lebih fleksibel daripada wawancara terstruktur, namun tetap mengikuti kriteria wawancara yang telah ditentukan. Tujuan dari wawancara semi terstruktur ini adalah untuk mendapatkan informasi dari Partisipan mengenai ide-ide dan pendapat yang dimiliki Partisipan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data dengan menganalisis dokumen yang diperoleh. Dokumen yang dikumpulkan oleh peneliti dipilih dan dipilah, sebelum kemudian menentukan data mana yang sesuai dengan fokus penelitian. Dokumentasi ini yang nantinya akan

⁴⁶ Prof. Dr. Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Hal 145

⁴⁷ Prof. Dr. Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Hal 233

diambil untuk dijadikan data pendukung penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dengan dokumen diperoleh melalui buku, jurnal, skripsi, internet dan bahan tertulis lainnya.

E. Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan dengan metode penelitian kualitatif, metode kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum, selama proses hingga setelah selesai kegiatan selesai di lapangan.⁴⁸

Setelah seluruh data terkumpul maka analisis data pada penelitian ini adalah menguraikan dari teknik pengumpulan data yang digunakan seperti observasi, dokumentasi dan wawancara terhadap *pengikut* Instagram @halimahaalaydrus. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori resepsi audien dengan tujuan untuk mengetahui penerimaan audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahaalaydrus serta menggunakan teori Uses and Gratification untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penerimaan audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahaalaydrus. Hal ini sebagaimana aktivitas analisis data menurut Miles and Huberman yaitu *data reduction, data display* dan *conclusion drawing / verification*.⁴⁹

F. Keabsahan Data

Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya

⁴⁸ Prof. Dr. Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Hal 245

⁴⁹ Prof. Dr. Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Hal 246

dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti observasi secara lebih mendalam, triangulasi (menggunakan beberapa sumber, metode, peneliti, teori) dan melakukan diskusi dengan dosen yang memiliki pengetahuan dalam bidang penelitian ini. Untuk menjamin validitas dan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan hasil observasi konten dengan wawancara yang dilakukan dengan Partisipan, memverifikasi hasil wawancara dan menyesuaikan hasil wawancara dengan teori yang digunakan.

G. Tahap Penelitian

Ada beberapa tahap yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu diantaranya:

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini dilakukan untuk merancang penelitian, terkait akan masalah serta menentukan fokus dan tujuan dari penelitian ini, kemudian membuat desain terkait penelitian, kemudian menentukan metode penelitian yang akan dipakai.

2. Tahap pelaksanaan

Dalam tahap ini peneliti melaksanakan penelitian dengan mengumpulkan sumber data, pengumpulan data dan juga analisis data.

3. Tahap penarikan kesimpulan

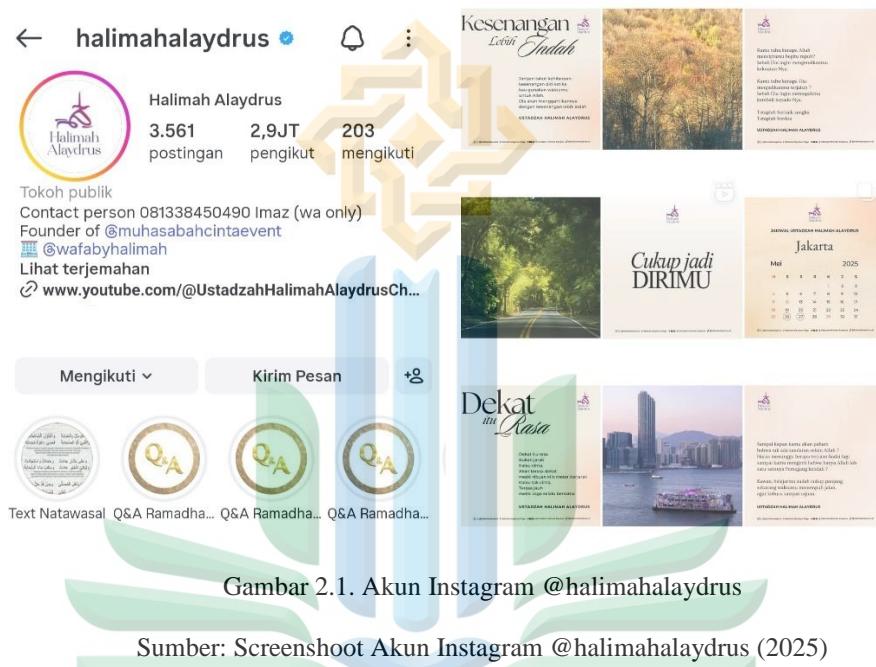
Tahap ini dilaksanakan untuk bisa menarik kesimpulan dari data yang sudah didapatkan termasuk interpretasi data maupun kritik dan saran.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Instagram Ustadzah Halimah Alaydrus



Gambar 2.1. Akun Instagram @halimahalaydrus

Sumber: Screenshot Akun Instagram @halimahalaydrus (2025)

Akun Instagram @halimahalaydrus milik Ustadzah Halimah Alaydrus yang dibuat pada bulan Mei 2015 dan aktif hingga sekarang, dengan 2,9 juta pengikut dan 3.561 postingan hingga Desember 2025. Jumlah pengikut hingga 2,9 juta dapat dilihat bahwa peran dan pengaruh dari akun Instagram @halimahalaydrus dalam penyampaian pesan dakwah yang efektif. Akun Instagram @halimahalaydrus memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, seperti *feed*, *reels*, *stories*, *IGTV* dan *live streaming*.⁵⁰

⁵⁰ Nurul Faizah Ramadhani. "Peser Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Akun Instagram @halimahalaydrus". Hal 68

Pada akun Instagram @halimahalaydrus tersebut tidak hanya memberikan dakwah dalam bentuk konten tulisan saja (dakwah *bil qalam*), akan tetapi juga dalam bentuk video pendek, IGTV, sesi tanya jawab pada *instagram stories*, *live streaming* dari kajian offlinenya serta terdapat juga jadwal kajian beliau di seluruh penjuru Indonesia.

2. Konten Dakwah Bil Qalam dalam Instagram @halimahalaydrus

Dakwah *bil qalam* mengandalkan kekuatan kata sebagai media penyampaian nilai dakwah serta berhasil membentuk kedekatan emosional dengan *mad'unya*. Untuk memahami karakteristik dan substansi pesan dalam konten tersebut, berikut ini konten dakwah *bil qalam* berdasarkan kategori pesan dakwah Islam (Januari-Juni 2025) yaitu aqidah, syariah dan akhlak:

a. Pesan Dakwah Aqidah

Terdapat postingan yang diunggah pada 8 Maret 2025, dalam

postingan tersebut bertuliskan, "Jangan bosan mentaubati dosa, meski

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

kau kembali melakukannya. Allah masih akan membuka pintu ampunan selagi engkau masih memintanya. Sebelum nafas sampai di tenggorokan, pintu taubat masih akan terbuka untuk kita. Mari bersegera!...!". Pesan dakwah tersebut menyampaikan bahwa taubat

adalah jalan terbuka tanpa batas selama manusia masih bernafas dan

Allah Maha Pengampun terhadap hamba-Nya yang terus berusaha

untuk memperbaiki diri.⁵¹

⁵¹ Akun @halimahalaydrus "Jangan Bosan Mentaubati Dosa" Instagram, diakses pada 27 Mei 2025. <https://www.instagram.com/p/DG8NejGTm60/?igsh=MTNndzJsNHByeHVsNw==>

Postingan yang diunggah pada 15 Maret 2025 juga masuk dalam pesan dakwah aqidah, dalam postingan tersebut bertuliskan ”*Berjalanlah terus menuju Allah. Kalau capek, istirahat dulu. Kalau bosan, berhenti sebentar. Tapi jangan pernah berhenti. Pintu rahmat-Nya masih tetap akan terbuka selagi kamu terus berjalan menuju-Nya.* Di bulan Ramadhan, pintu Rahmat-Nya terbuka lebar bergegaslah menuju-Nya”. Pesan dakwah tersebut mengajak umat Islam agar terus berupaya mendekatkan diri kepada Allah, meskipun dalam prosesnya tidak mudah. Hal ini menekankan bahwa perjalanan spiritual adalah proses panjang yang membutuhkan kesabaran dan konsisten tanpa mengharuskan kesempurnaan serta menunjukkan keyakinan yang kuat terhadap kasih sayang dan ampunan-Nya, utamanya di bulan Ramadhan yang diyakini sebagai waktu istimewa untuk meraih keberkahan.⁵²

Postingan yang diunggah pada 10 April 2025 juga masuk dalam pesan dakwah aqidah, dalam postingan tersebut bertuliskan, ”*Bersandar pada-Nya. Jangan gantungkan bahagiamu pada siapapun, jangan berharap dari yang tak punya kuasa apapun. Bergantunglah hanya kepada Dia, Sang Pemilik Segala. Bersandarlah pada-Nya yang apabila berkata ”kun” maka jadilah*”. Pesan dakwah tersebut mengandung tentang keimanan dan ketergantungan hanya kepada Allah SWT, sebagai satu-satunya Zat yang memiliki kuasa mutlak atas

⁵² Akun @halimahalaydrus ”Berjalanlah Terus menuju Allah” Instagram, diakses pada 27 Mei 2025. <https://www.instagram.com/p/DHNVX8bz8sk/?igsh=MXRiZHM2cnhwNQ==>

segala sesuatu. Ungkapan *"jangan berharap dari yang tak punya kuasa apapun"* menjelaskan bahwa manusia, makhluk hidup atau bahkan seisi dunia tidak layak menjadi tempat bersandar karena semuanya bersifat lemah dan terbatas.⁵³

b. Pesan Dakwah Syariah

Terdapat postingan yang diunggah pada 10 Juni 2025, dalam postingan tersebut bertuliskan, *"Berjalanlan Menuju-Nya. Teruslah berjalan menuju-Nya meski tertatih, teruslah bergerak meski merangkak, teruslah melangkah meski terjatuh lagi dan lagi. Sebab – meski – perlahan jika kamu terus berjalan kamu akan sampai tujuan"*.

Pesan dakwah tersebut menegaskan pentingnya keteguhan dan konsisten dalam menjalani proses mendekatkan diri kepada Allah Swt. Ungkapan *"berjalan menuju-Nya"* dimaknai sebagai upaya spiritual yang dilakukan secara terus-menerus, melalui imajinasi pada berbagai keterbatasan, kelemahan dan kegagalan. Dakwah ini menekankan

bahwa kualitas perjalanan iman tidak terukur dari kecepatan atau kesempurnaan langkah melainkan dari kesungguhan untuk tetap berusaha dan tidak berhenti.⁵⁴

Terdapat postingan yang diunggah pada 4 Mei 2025, dalam postingan tersebut bertuliskan, *"Nikmati segala Kondisi. Ada yang terlalu fokus kepada tujuan. Sampai lupa menikati keadaan. Ada yang*

⁵³ Akun @halimahalaydrus *"Bersandar Pada-Nya"* Instagram, diakses pada 27 Mei 2025. <https://www.instagram.com/p/DIP7wcTTv3z/?igsh=cDhtZjB6cTByN2s=>

⁵⁴ Akun @halimahalaydrus *"Berjalan Menuju-Nya"* Instagram diakses pada 15 Juni 2025. <https://www.instagram.com/p/DKtCm15TGlS/?igsh=M29uaHFmM245bGR0>

terlena situasi. Sampai lupa sama tujuan hidupnya sendiri. Bijaksanalah..! Nikmati segala kondisi tanpa lupa pada visi misi hidup ini. Kita hamba Allah, tujuan hidup kita adalah mencari ridha-Nya. Nikmati dan syukuri segala yang terjadi agar berkah dan bahagia hidupmu nanti”. Pesan dakwah tersebut mengajak kita agar selalu bersyukur dalam keadaan senang maupun sedih. Sebagai hamba Allah, tujuan hidup kita adalah untuk mencari ridha-Nya dan kita dianjurkan untuk selalu mensyukuri segala kondisi yang terjadi dalam hidup. Dengan demikian, kita dapat mencapai kebahagiaan dan keberkahan dalam hidup baik di dunia maupun di akhirat.⁵⁵

c. Pesan Dakwah Akhlak

Terdapat postingan yang diunggah pada 31 Januari 2025, dalam postingan tersebut bertuliskan, *”Hidup ini perjalanan panjang, kamu tidak perlu sibuk mempermulasahkan siapa di depan siapa di belakang, siapa yang jalan cepat, siapa yang lambat kamu hanya perlu memastikan dirimu terus bergerak menuju arah yang benar, dan saat ada rintangan, kamu tak menyerah di tengah jalan. Tetap hati-hati di jalan semoga sampai di tujuan Husnul Khatimah saat kematian, Alfatihah”*. Isi pesan dakwah tersebut bermakna bahwa hidup bukanlah perlombaan dengan orang lain serta tidak perlu membandingkannya, melainkan harus dijalani dengan kesabaran dan fokus terhadap diri sendiri. Selain itu juga menanamkan sikap rendah hati dan menjauhkan

⁵⁵ Akun @halimahalaydrus ”Nikmati Segala Kondisi” Instagram, diakses pada 29 Mei 2025, <https://www.instagram.com/p/DJOGyojzNeZ/?igsh=Mjl2ajVicmtzZXNq>

diri dari sifat iri dengki terhadap ambisi duniawi. Penekanan pada penting mengajarkan sikap untuk tidak membandingkan diri secara berlebihan serta fokus memperbaiki diri tanpa rasa iri, dengki atau ambisi kepada dunia. Pesan dakwah tersebut merupakan seruan lembut yang membangun kesadaran diri dan arah hidup yang benar menurut syariat Islam yang kelak berakhir menuju tujuan yang abadi yaitu ridha Allah SWT dan khusnul khatimah.⁵⁶

Yang kedua terdapat dalam postingan yang diunggah pada 26 Februari 2025, dalam postingan tersebut bertuliskan, "Kita semua belum selesai berproses. Masih sedang bertumbuh. Jangan dulu menghakimi siapapun, termasuk diri sendiri. Saat salah, jangan menyerah. Saat takwa, jangan jumawa. Percayalah.. Jalan kita masih panjang, yang harus kita lakukan adalah tetap berjalan di jalan yang benar, meski terkadang lelah". Berbicara mengenai menerima diri sendiri dalam pesan dakwah tersebut merupakan akhlak terhadap diri

sendiri. Dalam tulisan tersebut, Ustadzah Halimah mengajarkan bahwa kita harus selalu memiliki rasa rendah hati, sabar dan pantang menyerah dalam proses kehidupan serta pada akhir kalimat bermakna bahwa sebagai umat muslim agar selalu konsisten dalam kebaikan.⁵⁷

Postingan yang diunggah pada 15 Februari 2025, dalam postingan tersebut bertuliskan, "Sayangi waktumu, jangan kau buang

⁵⁶ Akun @halimahalaydrus "Hidup Ini Perjalanan Panjang" Instagram, diakses pada 31 Mei 2025. https://www.instagram.com/p/DFd_el1Tomj/?igsh=dmRxMjBIYmNxYjN2

⁵⁷ Akun @halimahalaydrus "Kita Semua Belum Selesai Berproses" Instagram, diakses pada 31 Mei 2025. <https://www.instagram.com/p/DGhVS7MIj-Z/?igsh=Zm52Nm9wdjZyOTUz>

untuk mencari-cari kesalahan orang lain atau mencari pbenaran atas kesalahan diri sendiri. Sebab modal hidup adalah waktu yang kita jalani. adakah tempat taat yang akan membawa ke surga ataukah ke maksiat yang dapat menyeret ke neraka?". Pesan dakwah tersebut mengandung ajakan untuk memanfaatkan waktu dengan bijak dan fokus pada diri sendiri tanpa ikut campur dengan urusan orang lain atau malah membenarkan kesalahan diri sendiri. Dengan demikian, kita dapat menggunakan waktu untuk meningkatkan potensi hidup dan mencapai tujuan. Pesan diatas juga mengingatkan bahwa pilihan menggunakan waktu dapat menentukan tempat di akhirat kelak, di surga atau di neraka tergantung pada jalan yang kita pilih di dunia.⁵⁸

3. Profil Ustadzah Halimah Alaydrus

Ustadzah Halimah Alaydrus adalah seorang tokoh wanita yang dilahirkan di Indramayu, Jawa Barat, pada tanggal 2 April 1979. Pesantren tersebut. Sejak kecil memutuskan untuk mempelajari ilmu agama di beberapa pesantren diantaranya, Pesantren Darullughah Wadda'awiyah Bangil Pasuruan (1991), Pesantren At-Tauhidiyah Tegal, Jawa Timur (1995), Pesantren Al-Anwar Sarang Rembang, Jawa Tengah (1996) dan pendidikan terakhir beliau di Pesantren Daruz Zahra, Tarim, Hadramaut, Yaman (1998). Selain mengikuti proses belajar di Hadramaut, Yaman, beliau juga di percaya untuk mengajar disana.⁵⁹

⁵⁸ Akun @halimahalaydrus "Sayangi Waktumu" Instagram, diakses pada 31 Mei 2025. <https://www.instagram.com/p/DGE9ehzTSHK/?igsh=ajJkNmVtaDQ4M3I1>

⁵⁹ Jum'ah dkk. "Antara Tradisi dan Inovasi: Menelisik Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Dakwah Digital". Hal 83

Ustadzah Halimah Alaydrus lahir dari pasangan Utsman Alaydrus dan Nur Assegaf, beliau merupakan anak kelima dari enam bersaudara dengan jumlah 4 laki-laki dan 2 perempuan. Saat ini beliau sudah berumur 46 tahun dan berstatus menikah dengan seorang habib yaitu habib Ahmad Al-Haddar. Ustadzah Halimah Alaydrus dikenal sebagai sosok yang sederhana dan berceramah dengan gaya sendiri yaitu menyampaikan ceramah dengan lugas, jelas dan mudah dipahami. Tumbuh di keluarga yang taat agama membuat Ustadzah Halimah Alaydrus memutuskan untuk mempelajari ilmu agama sejak kecil. Beliau lebih memilih untuk mendalami ilmu agama Islam di sejumlah pesantren alih-alih menyelesaikan pendidikan formalnya.

Setalah menempuh pendidikan, dengan dukungan penuh dari suami, keluarga dan sahabat-sahabatnya, Ustadzah Halimah Alaydrus secara aktif berkontribusi dalam kegiatan pengajaran di berbagai majelis taklim di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Selain berdakwah di dalam negeri, beliau juga rutin melaksanakan Rihlah Dakwah dan Ilmiah yang mencakup beberapa provinsi di Indonesia, serta beberapa negara di luar negeri, antara lain Singapura, Malaysia, Brunei, Australia, Mesir Uni Emirat Arab (UEA) dan Oman. Beliau juga telah berkontribusi signifikan dalam bidang literasi dengan menerbitkan beberapa karya tulis, beberapa buku diantaranya Bidadari Bumi, Pilar Cahaya, Tutur Hati, Akhlak Kita (terjemahan Khuluquna karya Al-Habib Umar Bin Hafidz), Muhasabah Cinta, dan Wahai Anakku (terjemah Ayyuhal Walad karya Imam Al

Ghazali).

Kepiawan Ustadzah Halimah Alaydrus dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam majlisnya, dikemas dengan ringan sehingga mudah dipahami oleh banyak kalangan tanpa batasan usia maupun latar belakang lainnya. Hadirnya media sosial menjadi salah satu media dakwahnya untuk syiar melalui tulisan di akun Instagram @halimahalaydrus disela-sela kesibukannya dalam berdakwah di majlis-majlis.⁶⁰

4. Profil Partisipan

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana penerimaan audien serta faktor yang mempengaruhi penerimaan tersebut dalam postingan Instagram @halimahalaydrus. Audien yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengikut aktif Instagram @halimahalaydrus.

a. Partisipan 1

Partisipan 1 memiliki nama lengkap Fatimatus Zahro, peneliti melakukan wawancara dengan Fatimatus melalui platform WhatsApp pada Minggu, 15 Juni 2025. Fatimatus merupakan seorang ibu rumah tangga yang kini berusia 24 tahun. Fatimatus memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus karena ia mengaku mendapatkan banyak motivasi dan nasihat melalui pesan dakwah yang disampaikan, ia mengikuti akun Instagram

⁶⁰ Ustadzah Halimah Alaydrus. "biodata" diakses pada 2 juni 2025 <https://halimahalaydrus.blogspot.com/p/biodata.html>

@halimahalaydrus sejak tahun 2020 lalu.

b. Partisipan 2

Partisipan kedua adalah Holifah, memiliki nama lengkap Siti Holifah, peneliti mewawancarinya melalui platform Instagram pada Senin, 16 Juni 2025. Holifah merupakan seorang mahasiswa yang saat ini berusia 22 tahun. Holifah memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus karena menurutnya konten-konten yang disampaikan sangat bermanfaat bagi orang awam seperti dirinya untuk bisa lebih banyak mendapatkan ilmu, ia sudah mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus selama kurang lebih 4 tahun sejak tahun 2021 lalu.

c. Partisipan 3

Wahyu Susilowati merupakan Partisipan ketiga yang peneliti wawancarai, wawancara dilakukan melalui platform Instagram pada Senin, 16 Juni 2025. Wahyu merupakan seorang mahasiswa yang saat ini berusian 22 tahun. Wahyu memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus karena menurutnya pesan-pesan dakwah yang disampaikan mengandung banyak manfaat dan cara penyampaiannya yang sederhana sehingga mudah diterima, ia mengaku mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus sejak semester 3 tepatnya tahun 2022 lalu.

d. Partisipan 4

Susanti merupakan Partisipan keempat pada penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan Susanti melalui platform Instagram pada Rabu, 18 Juni 2025. Susanti merupakan seorang ibu rumah tangga yang kini berusia 31 tahun. Susanti memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus karena menurutnya tausiyah Ustadzah Halimah banyak sekali mengandung nasihat-nasihat Islami yang hingga saat ini dapat merubah kepribadiannya menjadi lebih baik, ia mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus sejak tahun 2022 lalu.

e. Partisipan 5

Dela Dwi Safitri, akrab dipanggil Dela merupakan Partisipan kelima pada penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan Dela melalui platform Instagram pada Kamis, 19 Juni 2025. Dela merupakan seorang mahasiswa yang berusia 22 tahun. Dela memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus karena penyampaian pesan dakwah beliau yang lembut dalam setiap tulisannya serta pada hari-hari besar Islam yang selalu diingatkan tentang amalan-amalan yang disunnahkan, ia sudah mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus selama kurang lebih 5 tahun sejak tahun 2020 lalu.

f. Partisipan 6

Cindy Nahillatul Febriana atau akrab dipanggil Cindy merupakan Partisipan keenam pada penelitian ini, wawancara dilakukan melalui platform Instagram pada Jum'at, 20 Juni 2025. Cindy merupakan seorang mahasiswa aktif yang kini berusia 22 tahun. Cindy memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus bermula melihat potongan ceramah beliau dari video pendek pada aplikasi Tiktok, ia mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus selama sejak tahun 2022 lalu.

g. Partisipan 7

Nanik Haryanti merupakan Partisipan ketujuh pada penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan Nanik melalui platform Instagram pada Jum'at, 20 Juni 2025. Nanik merupakan seorang mahasiswa dan saat ini berusia 21 tahun. Nanik memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus karena menurutnya tulisan-tulisan dakwah Ustadzah Halimah sangat menyentuh hati dan *relate* dengan kehidupannya saat ini ditambah nasihatnya yang lembut tidak menghakimi, ia sudah mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus sejak tahun 2022 lalu.

h. Partisipan 8

Mita Badriyatul Jannah merupakan Partisipan terakhir dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan Mita melalui platform Instagram pada Sabtu, 21 Juni 2025. Mita merupakan seorang

mahasiswa yang saat ini berusia 22 tahun. Mita memiliki ketertarikan untuk mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus karena menurutnya pesan dakwah atau nasihat-nasihat Ustadzah Halimah begitu menenangkan, penuh makna dan mudah dipahami, ia sudah mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus selama kurang lebih 2 tahun sejak 2023 lalu.

B. Penyajian Data dan Analisis

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode triangulasi teknik. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan dan mencocokkan informasi yang diperoleh dari tiga teknik pengumpulan data yang berbeda, observasi, wawancara dan dokumentasi. Melalui wawancara peneliti memperoleh pemaknaan subjektif audien mengenai penerimaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mereka terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus.⁶¹

Selanjutnya hasil wawancara tersebut diperkuat melalui dua teknik lainnya. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung seperti *Caption*, hastag, desain visual, tema konten, isi pesan, dan frekuensi posting serta pola interaksi audien pada postingan dakwah *bil qalam*. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan menganalisis secara sistematis konten dakwah *bil qalam* yang diunggah, termasuk analisis terhadap gaya bahasa, struktur penulisan dan tema yang diangkat. Pencocokan data menunjukkan, misalnya bahwa

⁶¹ Prof. Dr. Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Hal 274

klaim partisipan dalam wawancara audien mengenai "gaya bahasa yang menenangkan" konsisten dengan pola komentar yang positif dan sesuai dengan analisis dokumentasi yang menunjukkan penulisan yang puitis dan desas minimalis dalam konten.⁶²

Data yang didapatkan melalui proses wawancara melalui delapan partisipan. Terdapat perbedaan pendapat dan penerimaan mengenai konten dakwah *bil qalam* yang didasari oleh perbedaan latar belakang, pengalaman, situasi spiritual atau emosional. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur melalui platform WhatsApp dan Instagram, agar partisipan dapat menjawab dengan nyaman dan reflektif. Dalam proses ini, peneliti menggali pengalaman pribadi, persepsi serta latar belakang yang mempengaruhi cara mereka menanggapi dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus. Hasil wawancara kemudian dianalisis berdasarkan teori resepsi Stuart Hall dan diperkuat dengan pemahaman dari teori Uses and Gratification, untuk melihat resepsi partisipan maupun faktor-faktor yang mempengaruhi resepsi tersebut secara psikologis, sosial dan spiritual.

1. Resepsi Audien Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam Dalam Postingan Instagram @halimahalaydrus

Data yang didapatkan melalui proses wawancara melalui delapan partisipan, masing-masing partisipan berada di posisi yang berbeda-beda. Hal ini karena setiap orang memiliki cara tersendiri dalam menerima *decoding*. Sehingga dalam penelitian ini akan mengkategorisasikan resepsi

⁶² Prof. Dr. Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Hal 274

audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus.

Partisipan yang berjumlah delapan orang menginterpretasikan konten dakwah *bil qalam* yang berisi nasihat, pesan, anjuran sebagai suatu sumber pengetahuan agama Islam yang mudah didapatkan atau diakses. Mereka melihatnya sebagai sarana untuk pembelajaran mengenai kehidupan yang selaras dengan agama. Semua partisipan, yaitu partisipan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 dan 8 memiliki latar belakang yang serupa sebagai *pengikut* akun Instagram @halimahalaydrus. Partisipan 1 dan 4 merupakan seorang ibu rumah tangga, sedangkan 2, 3, 5, 6, 7 dan 8 adalah mahasiswa. Meskipun memiliki latar belakang yang mirip, namun setiap responden memberikan tanggapan yang beragam.

Partisipan 1, 3, dan 5 merasa bahwa konten dakwah *bil qalam* dari akun Instagram @halimahalaydrus sangat bermanfaat karena sebagai pribadi yang lebih suka membaca daripada mendengarkan seperti video pendek lebih mudah dalam penerimaan isi pesan dakwah itu sendiri. Hal ini didasari dengan alasan bahwa dakwah *bil qalam* dapat direnungkan dimana saja dan kapan saja, melihat bentuk tulisannya yang singkat berbeda dengan video pendek yang memang terbatas oleh durasi. Partisipan 7 dan 8 memiliki pendapat yang serupa, bahwa dakwah *bil qalam* yang disampaikan Ustadzah Halimah Alaydrus terasa seperti puisi yang ditulis menggunakan kata-kata indah dan tulus sehingga pesan atau nasihat terasa lebih mudah diterima dan dipahami.

Partisipan 4 dan 6 memberikan pandangan yang berbeda. Partisipan 4 melihat konten akun Instagram @halimahalaydrus sebagai informatif dan referensi, partisipan menerima isi pesan dakwah atau metode penyampaian namun juga tidak menolak pada konten video pendek. Sedangkan Partisipan 6, menerima konten dakwah *bil qalam* baik isi maupun metode penyampaian namun lebih condong pada konten yang berupa video pendek, karena dianggap lebih mudah hanya mendengarkan tanpa membaca. Berbeda dengan partisipan 2 yang secara langsung menolak metode penyampaian yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus, partisipan menerima dari segi isi pesan dakwah namun menolak pada metode dakwah itu sendiri. Secara keseluruhan, interpretasi yang diberikan oleh Partisipan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 dan 8 dipengaruhi oleh kebutuhan dan sudut pandang individu masing-masing.

Partisipan 1, 2, 3, 4, dan 5 sepakat dengan penggunaan bahasa yang digunakan dalam konten dakwah *bil qalam* di akun Instagram @halimahalaydrus. Menurut kelima partisipan, gaya penyampaian dakwah *bil qalam* mudah dipahami karena bahasa yang digunakan ringan dan sederhana sehingga tidak perlu berpikir keras untuk memahami isi pesan. Namun menurut partisipan 3 meskipun mudah dipahami, tulisan Ustadzah Halihamah Alaydrus seringkali membuat pembacanya merenung lebih dalam karena menurutnya tulisan beliau memiliki ciri khas tersendiri yang dapat membuat pembaca merenung setelah membacanya.

Di sisi lain, dalam pemahaman pembacaan, partisipan 6, 7 dan 8

lebih cenderung memerlukan waktu untuk memahami konten dakwah *bil qalam* di akun Instagram @halimahalaydrus, hal ini dilakukan bertujuan untuk memahami makna pesan dakwah yang disampaikan. Sedangkan partisipan 7 dan 8 berpendapat bahwa meskipun tulisan Ustadzah Halimah Alaydrus mudah dipahami namun pada beberapa postingan perlu untuk direnungkan kembali agar paham dengan makna dakwah tersebut.

Penerimaan Partisipan mengenai gaya bahasa atau cara penyampaian dalam konten dakwah *bil qalam* menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang digunakan menjadi faktor penting dalam menarik perhatian dan membangun kedekatan dengan audien. Partisipan menilai bahwa Ustadzah Halimah menggunakan bahasa yang ringan dan sederhana, sehingga pesan dakwah yang disampaikan mudah untuk dipahami. Pemilihan kata yang sederhana namun mengandung nilai spiritual yang dalam menjadikan pesan dakwah tidak terasa menggurui, melainkan seperti nasihat yang menyegarkan hati.

Dalam wawancara, peneliti juga menanyakan apakah terjadi perubahan pandangan mengenai keadaan dengan situasi atau kejadian yang dialami setelah membaca konten dakwah *bil qalam* di Instagram @halimahalaydrus. Kedelapan Partisipan memberikan jawaban serupa dengan menyetujui adanya perubahan setelah membaca konten dakwah *bil qalam*. Partisipan 1 dan 2 mengalami perubahan perilaku setelah membaca konten dakwah *bil qalam*. Sebelumnya kedua Partisipan merasa mudah dalam meninggalkan ibadah, namun setelah membaca dan merenungi

konten dakwah *bil qalam* dari akun tersebut keduanya menjadi istiqamah dalam beribadah terutama shalat lima waktu. Partisipan 3, 4, 5 dan 7 mengatakan bahwa setelah membaca konten dakwah *bil qalam* mendapatkan pencerahan atau pemahaman baru serta perubahan terhadap cara pandangnya dalam menghadapi masalah.

Pada perspektif partisipan mengenai keadaan emosional setelah membaca konten dakwah *bil qalam* di Instagram @halimahalaydrus menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan mampu memberikan ketenangan batin dan motivasi spiritual. Beberapa Partisipan mengungkapkan bahwa pesan dakwah yang dibagikan Ustadzah Halimah sering kali menyentuh hati dan menghadirkan rasa damai, terutama ketika sedang mengalami masalah atau sedang diuji. Bahasa yang lembut serta isi dakwah yang penuh dengan makna membuat audien seolah-olah dinasehati. Kondisi emosional seperti ketenangan, haru dan rasa syukur kerap muncul setelah membaca konten dakwah *bil qalam* tersebut. Partisipan juga menilai bahwa dakwah *bil qalam* dari ustadzah halimah mampu membangkitkan semangat untuk memperbaiki diri mendekatkan diri kepada Allah. Selain itu, dalam menyampaikan dakwahnya baik secara lisan maupun tulisan (*bil qalam*) Ustadzah Halihamah Alaydrus menggunakan bahasa yang mudah dipahami, lembut dan tidak terkesan menghakimi. Para Partisipan yang diwawancara oleh peneliti, memberikan pendapat yang seragam terkait hal ini.

Kemudian kedelapan partisipan tersebut memiliki resepsi yang beragam berdasarkan pengalaman pribadi, persepsi serta latar belakang yang dimiliki:

a. Pembacaan Hegemoni Dominan (*Dominant hegemonic position*)

Posisi hegemoni dominan merupakan posisi menerima atau sepakat dengan apa yang dikonsumsi oleh masyarakat. Posisi hegemoni dominan dalam penelitian ini adalah ketika pengikut memiliki pemaknaan bahwa penyampaian pesan dakwah melalui metode *bil qalam* (tulisan) dalam postingan Instagram @halimahalaydrus mudah dipahami dan sejalan dengan pendapatnya. Dalam posisi ini pengikut akun Instagram @halimahalaydrus menerima secara langsung isi pesan maupun metode penyampaian melalui metode dakwah *bil qalam* (tulisan).

Adapun posisi hegemonik dominan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh partisipan yang sepenuhnya setuju dan memiliki pemahaman yang sejalan dengan isi pesan dan metode dakwah *bil qalam* sebagaimana yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus melalui akun Instagramnya. Mereka menerima pesan secara utuh baik dari segi isi, bentuk maupun gaya penyampaian. Berikut adalah kutipan wawancara dengan partisipan yang menunjukkan kecenderungan resepsi dominan:

"kalau saya sendiri lebih suka poster atau tulisan seperti itu, karena jika video langsung seperti video pendek itu kurang, karena saya memang lebih menyukai membaca daripada mendengarkan (video pendek) kecuali live IG. Bahkan jika

*beliau mengunggah video pendek saya tidak mendengarkannya hingga selesai karena saya memang lebih suka pesan beliau yang berupa tulisan”.*⁶³

Resepsi Fatimatus Zahro berada pada posisi hegemoni dominan. Partisipan menyatakan dengan jelas bahwa lebih menyukai konten dakwah dalam bentuk tulisan (*bil qalam*) dibandingkan dengan video pendek. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan menerima pesan yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus, baik dari segi isi maupun gaya penyampaian. Selaras dengan partisipan dalam kutipan wawancara berikut ini:

*“Saya lebih suka konten dakwah bil qalamnya dari pada konten video. Karena pertama, saya mudah membacanya bisa di mana saja dan kapan saja. Berbeda jika konten video yang lebih membutuhkan suasana tenang biar bisa fokus. Kedua, menurut saya tulisan itu seperti memberikan ruang buat termenung lebih dalam begitu. Ketiga, menurut saya tulisan itu lebih singkat maksudnya simpel begitu, kalau video pendek kan memang terbatas sama durasinya. Tapi meskipun begitu saya tetap menghargai video-videoonya, tapi jika diberikan pilihan saya lebih condong pada dakwah bil qalam”.*⁶⁴

Resepsi Wahyu Susilowati termasuk dalam kategori hegemoni dominan, karena Wahyu menerima isi dan cara penyampaian dakwah *bil qalam* dengan sepenuhnya. Partisipan juga merasa lebih cocok dengan dakwah bentuk *bil qalam* (tulisan) karena bisa dibaca kapan saja, lebih mudah untuk direnungi dan terasa lebih sederhana. Meskipun demikian, partisipan tetap menghargai konten video dalam Instagram @halimahalaydrus. Hal ini menunjukkan bahwa Wahyu

⁶³ Wawancara dengan Fatimatus Zahro, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 15 Juni 2025

⁶⁴ Wawancara dengan Wahyu Susilowati, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 16 Juni 2025

setuju dengan pesan yang disampaikan dan menyukai cara penyampaian dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus.

*“saya pribadi lebih suka dakwah bil qalam, mbak. karna saya lebih mudah menghayati dengan membaca”*⁶⁵

Resepsi Dela Dwi Safitri termasuk dalam kategori hegemonik dominan, karena partisipan menerima dan menyukai konten dakwah *bil qalam* secara utuh, baik dari sisi pesan maupun medianya. Partisipan merasa gaya penyampaian tersebut membantunya lebih dalam menghayati makna pesan dakwah, yang berarti ia berada dalam posisi resepsi yang selaras dengan niat dan struktur pesan yang dikodekan oleh komunikator.

*“Saya pribadi lebih suka dalam bentuk tulisan kak, karena tulisannya seperti puisi yang dirangkai dengan kata-kata indah dan tulus jadi kayak makin ngena dihati, gituu sih kak...”*⁶⁶

Resepsi Nanik Haryanti termasuk dalam kategori hegemonik-dominan, karena partisipan sepenuhnya menerima isi pesan dan gaya penyampaian dakwah *bil qalam*. Bahkan, ia merasakan kekuatan emosional dari tulisan-tulisan Ustadzah Halimah Alaydrus dan memaknainya secara mendalam.

*“iya kak menyukai sekali, untuk bentuk dakwah lain seperti video pendek saya juga menyukai, karna menurut saya juga sama” suka kak, ya balik lagi dari jawaban saya di atas kak, karna memang suka dengan penyampaian ustazah, mulai dari kata-katanya, dan sangat menyentuh hati saya kak”*⁶⁷

⁶⁵ Wawancara dengan Dela Dwi Safitri, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 19 Juni 2025

⁶⁶ Wawancara dengan Nanik Haryanti, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 20 Juni 2025

⁶⁷ Wawancara dengan Mita Badriyatul jannah, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 21 Juni 2025

Resepsi Mita tergolong dalam posisi hegemonik dominan, karena partisipan sepenuhnya menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus baik dalam bentuk tulisan (dakwah *bil qalam*) maupun video. Fokusnya bukan pada media penyampaian, namun pada kekuatan pesan dan gaya penyampaian yang dianggap menyentuh dan sesuai dengan kebutuhan spiritualnya. Hal ini juga menunjukkan penerimaan menyeluruh terhadap nilai dan cara yang dimaksudkan oleh komunikator.

Berdasarkan jawaban partisipan di atas, dapat disimpulkan bahwa kelima partisipan berada dalam posisi hegemoni dominan menurut kerangka teori resepsi Stuart Hall. Partisipan menyatakan dengan jelas bahwa lebih tertarik dengan konten dakwah dalam bentuk tulisan (*bil qalam*) dibandingkan dengan video pendek maupun tertarik dengan keduanya. Hal ini menunjukkan bahwa partisipan menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus, baik dari segi isi pesan maupun gaya penyampaian.

KIAI HAJI ACHIMAD SIDDIQ

Posisi negoisasi merupakan posisi yang bisa menerima maupun menolak namun dengan adanya alasan tertentu. Posisi negoisasi dalam penelitian ini yaitu pengikut Instagram @halimahalaydrus yang menerima sebagian isi dan nilai dari konten dakwah *bil qalam*, namun tetap menyesuaikan dengan preferensi pribadi, kondisi emosional atau waktu ketika mengaksesnya. Partisipan yang berada dalam posisi

negoisasi tidak sepenuhnya menolak isi pesan atau metode penyampaian oleh komunikator, namun Partisipan menyesuaikan cara penerimaan pesan dengan gaya hidup dan kenyamanan pribadi. Berikut kutipan wawancara dengan Partisipan yang menunjukkan pada posisi negoisasi:

*“Sama-sama suka mau yang berbentuk ilustrasi ataupun video pendek”.*⁶⁸

Resepsi Susanti berada dalam posisi negoisasi, karena partisipan menerima konten dakwah *bil qalam* namun juga membuka diri terhadap bentuk dakwah lainnya. Partisipan tidak bersifat mutlak terhadap satu format metode penyampaian pesan dakwah, melainkan menggabungkan pemahaman terhadap pesan dakwah dengan cara fleksibel yang sesuai dengan preferensinya.

*“Suka sebenarnya dakwah bil qolam tapi saya lebih menyukai dakwah beliau yang video pendek di tiktok atau reels ig, karena tidak perlu membaca, cukup mendengarkan saja”.*⁶⁹

Resepsi Cindy termasuk pada posisi negoisasi, karena partisipan menerima nilai dakwah Ustadzah Halimah, namun menyesuaikan cara penerimaan pesan dengan gaya hidup dan kenyamanan pribadinya yakni dengan mendengarkan melalui video pendek bukan membaca *caption* panjang. Cindy tidak menolak secara langsung, tetapi menyesuaikan bentuk penyampaian yang dirasa paling efektif baginya.

⁶⁸ Wawancara dengan Susanti, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 18 Juni 2025

⁶⁹ Wawancara dengan Cindy Nahillatul Febriana, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 20 Juni 2025

c. Pembacaan Oposisional

Posisi oposisi merupakan posisi dimana audien menolak atau tidak sepaham dengan pesan atau metode yang diterimanya. Posisi oposisi dalam penelitian ini yaitu pengikut Instagram @halimahalaydrus yang setuju dengan isi pesan dakwah, tapi tidak setuju dengan cara penyampaiannya yang berbentuk tulisan (dakwah *bil qalam*). Partisipan lebih memilih konten dalam bentuk video pendek karena dianggap lebih praktis, bisa didengar sambil beraktivitas dan lebih mudah dipahami. Hal ini bermakna bahwa partisipan telah menerima pesan dakwahnya namun menyerap dengan cara yang berbeda dengan komunikator. Berikut adalah kutipan wawancara dengan partisipan yang menunjukkan posisi oposisi:

"Saya lebih suka video pendek si mbak biar bisa sambil lihat videonyaa gtuuu".⁷⁰

Resepsi Holifah termasuk dalam posisi oposisi, karena ia menolak bentuk media (teks panjang) yang digunakan Ustadzah Halimah Alaydrus dan lebih memilih format dakwah lain (video pendek) yang dianggap lebih menarik baginya. Isi pesan tetap partisipan hargai, hanya saja bentuk penyampaiannya yang tidak selaras dengan preferensinya sebagai audien.

Berdasarkan jawaban Partisipan di atas, dapat disimpulkan bahwa partisipan menempati posisi oposisi dalam kerangka teori Stuart Hall. Meskipun menerima isi dari pesan dakwah yang

⁷⁰ Wawancara dengan Siti Holifah, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 16 Juni 2025

disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus, Partisipan menunjukkan preferensi yang berbeda terhadap bentuk penyampaian pesan tersebut. Partisipan menyatakan bahwa lebih menyukai konten dakwah dalam bentuk video pendek karena kebutuhannya untuk melihat visual dari pendakwah itu sendiri, hal ini menunjukkan bahwa partisipan merasa tidak tertarik dengan bentuk dakwah *bil qalam* (tulisan). Dengan demikian, ia tidak menolak nilai dakwah itu sendiri, namun menolak media atau cara penyampaiannya dan lebih memilih format visual yang menurutnya lebih menarik dan mudah diakses. Sesuai dengan karakteristik resepsi oposisi, dimana audien tidak menyerap pesan yang sesuai dengan komunikator, melainkan menerima pesan dengan cara atau bentuk yang berbeda dari yang ditawarkan.

2. Faktor yang Mempengaruhi Resepsi Audien Terhadap Konten

Dakwah bil Qalam dalam Postingan Instagram @halimahalaydrus

Blumler dan Katz (1974) mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut teori ini, konsumen media memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak

pada dirinya sendiri.⁷¹

Oleh sebab itu, resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam* yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus melalui Instagram tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan atau metode dakwah, tetapi juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang membentuk cara audien memahami, merespon dan menerima pesan dakwah tersebut. Melalui wawancara, peneliti menemukan empat faktor utama yang mempengaruhi resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam*.

1. Kredibilitas Ustadzah Halimah Alaydrus

Untuk mengetahui sejauh mana sosok Ustadzah Halimah Alaydrus memengaruhi cara audien dalam menerima konten dakwah *bil qalam*, peneliti menggali pandangan dari partisipan terkait persepsi mereka terhadap figur beliau. Partisipan menyebutkan dalam wawancara bahwa penerimaan mereka terhadap konten dakwah *bil qalam* sangat dipengaruhi oleh kepercayaan dan keagamanan terhadap sosok Ustadzah Halimah Alaydrus. Karakter beliau yang dikenal lemah lembut, santun dalam berdakwah serta konsisten membagikan nasihat yang bernuansa kasih sayang membuat audien merasa aman dan nyaman dalam menerima pesan dakwah yang disampaikannya.

Figur Ustadzah Halimah Alaydrus menjadi alasan utama yang memperkuat keyakinan bahwa setiap kalimat yang ditulis berasal dari ketulusan hati dan pemahaman agama yang dalam. Menurut Susanti

⁷¹ Dr. Humaizi, M.A ”Uses and Gratifications Theory”. Hal 4

salah satu faktor resepsinya terhadap pesan dakwah *bil qalam* dalam wawancara adalah sebagai berikut:

"Iya karena beliau seorang Ustadzah.. apalagi beliau Dzuriyah (keturunan) nya Rasul".⁷²

Hal tersebut menyatakan bahwa Susanti sangat terpengaruh oleh sosok Ustadzah Halimah Alaydrus dalam menerima konten yang berisi pesan dakwah. Partisipan menyebutkan bahwa kepercayaan dan ketertarikannya terhadap konten yang disampaikan tidak lepas dari latar belakang Ustadzah Halimah Alaydrus sebagai seorang *da'i* sekaligus *dzuriyah* (keturunan) Rasulullah SAW. Pernyataan ini menunjukkan bahwa bagi partisipan, kredibilitas pengirim pesan sangat menentukan tingkat keterbukaan hati dalam menerima dan menghayati pesan. Rasa hormat terhadap keturunan Rasul dan posisi Ustadzah Halimah Alaydrus sebagai tokoh agama menciptakan kepercayaan yang mendalam, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya dianggap sebagai nasihat biasa, namun juga pesan yang bernilai tinggi secara spiritual. Sedangkan menurut resepsi Mita sebagai berikut:

"menurut saya sosok ustadzah Halimah Alaydrus sangat berpengaruh terhadap cara saya menerima isi kontennya, karrena beliau dikenal sebagai seorang dai yang lembut, bijaksana, dan ilmunya luas, jadi saya lebih percaya dan terbuka saat membaca pesan dakwah yang beliau sampaikan. dari cara beliau menyampaikan pun menenangkan, jadi pesannya mudah diterima dan sampai ke hati, jadi saya merasa nasihat dari beliau itu tulus dan penuh kasih."⁷³

⁷² Wawancara dengan Susanti , pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 18 Juni 2025

⁷³ Wawancara dengan Mita Badriyatul Jannah, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 21 Juni 2025

Pernyataan partisipan diatas menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap figur Ustadzah Halimah menjadi salah satu faktor penting yang membentuk keterbukaan hati serta penerimaan terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui metode *bil qalam*. Karakteristik pribadi *da'i* seperti kelembutan, kebijaksanaan dan juga kedalaman ilmu menciptakan kepercayaan yang kuat di hati audien (*mad'u*).

2. Kebutuhan Spiritual dan Emosional Audien

Partisipan memiliki kecenderungan membaca konten dakwah *bil qalam* pada saat mereka berada dalam kondisi emosional tertentu seperti sedih, merasa rendah diri, malas untuk beribadah, marah pada takdir yang terjadi atau sedang mencari penguatan batin. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan spiritual dan emosional audien menjadi pemicu utama dalam menyerap pesan-pesan dakwah. Konten yang mengandung nasihat dan motivasi keislaman dalam postingan akun Instagram @halimahalaydrus dirasakan sangat menyentuh karena

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**
Nanik salah satu faktor resepsinya terhadap pesan dakwah *bil qalam* dalam wawancara adalah sebagai berikut:

*"Menurut saya berpengaruh kak, dan tak jarang dalam kondisi tertentu tadi postingan beliau sangat pas dengan keadaan yang saya alami."*⁷⁴

Pernyataan Nanik di atas menunjukkan bahwa kebutuhan spiritual dan emosional menjadi faktor penting yang mempengaruhi

⁷⁴ Wawancara dengan Nanik Haryanti , pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 20 Juni 2025

cara memaknai konten dakwah *bil qalam*. Menurut partisipan dalam kondisi tertentu, seperti sedang mengalami masalah atau situasi batin yang tidak stabil, postingan Ustadzah Halimah Alaydrus terasa sangat pas dengan apa yang sedang dialami. Ketepatan waktu serta kesesuaian isi pesan dengan kondisi dirinya membuat konten menjadi lebih bermakna dan menyentuh. Seperti halnya tanggapan Nanik sebelumnya, menurut Wahyu dalam kutipan wawancara berikut ini bahwa resensi terhadap pesan dakwah *bil qalam* sangat dipengaruhi oleh kondisi emosional ketika membacanya:

*"Keadaan emosional atau situasi hidup itu bisa banget mempengaruhi cara kita memaknai sesuatu termasuk tulisan dakwah. Misalkan kita membaca ketika sedih atau suasana yang buruk atau sedang memiliki masalah, jadi pesan-pesan dakwah yang berisi tentang kesabaran jadi kita lebih tersentuh oleh isi pesan tersebut. Berbeda ketika kita membacanya saat suasana hati yang senang memang pesannya tersampaikan tapi tidak sedalam ketika kita mengalami hal tersebut. Jadi bisa dibilang keadaan kita ketika membaca suatu pesan dakwah layaknya sebagai filter yang mempengaruhi seberapa kuat dan dalam kita menyerap isi pesannya."*⁷⁵

Wahyu menjelaskan bahwa ketika seseorang berada pada posisi emosional tertentu seperti sedih, gelisah atau sedang mendapatkan masalah, maka isi pesan dakwah terutama yang berhubungan dengan kesabaran atau penguatan iman akan terasa lebih menyentuh dan juga bermakna. Berbanding terbalik ketika seseorang dalam kondisi bahagia atau tenang, pesan tetap tersampaikan dengan baik namun tidak memiliki dampak emosional yang sama kuatnya.

⁷⁵ Wawancara dengan Wahyu Susilowati, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 16 Juni 2025

*"iyya mempengaruhi. Saya baca postingan² beliau tuh kaya pas langsung keinget dosa dosa saya kak terharu, sedih kaya campur aduk gtu rasanya."*⁷⁶

Menurut Holifah keadaan emosional memengaruhi dirinya dalam menerima atau memaknai pesan dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus. partisipan mengungkapkan bahwa ketika membaca postingan dakwah *bil qalam*, dirinya sering merasa tersentuh bahkan sampai teringat akan dosa-dosanya, sehingga muncul perasaan haru, sedih dan reflektif secara bersamaan. Hal ini juga menegaskan bahwa kondisi tertentu, pesan-pesan dakwah tidak hanya dipahami sebagai nasihat biasa, tetapi justru menjadi sarana untuk merenung dan pengakuan diri. Konten dakwah *bil qalam* diterima secara mendalam karena menyentuh bagian yang sangat personal dalam diri audien, yaitu rasa bersalah, kesadaran akan kesalahan dan keinginan untuk mengubah diri menjadi lebih baik lagi. Dalam hal ini pula, pesan-pesan dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus tidak hanya dipahami sebagai teks biasa, melainkan sebagai jawaban atas kebutuhan batin yang dirasakan oleh audien.

3. Gaya Penyampaian dan Struktur Penulisan Ustadzah Halimah Alaydrus

Gaya Penyampaian yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dalam menyampaikan pesan begitu lembut namun tegas, puitis namun penuh empati menjadi salah satu daya tarik utama

⁷⁶ Wawancara dengan Siti Holifah, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 16 Juni 2025

dakwah *bil qalam*. Beberapa partisipan menyatakan bahwa tulisan-tulisan Ustadzah Halimah Alaydrus terasa seperti puisi atau nasihat yang menenangkan. Struktur tulisan yang tidak menggurui melainkan mengajak untuk merenung, membuat pesan-pesan dakwah menjadi lebih mudah diterima dan direnungkan secara mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa teknik penyampaian sangat mempengaruhi efektivitas komunikasi dakwah.

*”Bahasanya beliau yang tenang, penyampaiannya juga tenang tidak menggurui, Beliau juga sering menggunakan kisah-kisah nyata, sejarah para salihin, serta perumpamaan sederhana yang relate dengan kehidupan sehari-hari. pesan dakwahnya juga mudah dipahami”.*⁷⁷

Cindy mengungkapkan bahwa dakwah yang disampaikan Ustadzah Halimah Alaydrus menggunakan bahasa yang tenang, tidak menggurui, menggunakan kisah nyata sebagai contoh teladan dan perumpamaan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat pesan terasa lebih hidup, mudah dipahami, dekat dengan kondisi audien dan tentunya mudah diterima oleh audien. Gaya bahasa

yang sederhana namun mengandung kedalaman makna membuat dakwah *bil qalam* terasa lebih menyentuh tanpa menekan atau mendikte pembacanya. Dengan kesantunannya, partisipan seperti Cindy menjadi lebih terbuka secara batin untuk menerima dan merenungkan isi pesan. Hal ini juga membuktikan bahwa pemilihan kata, narasi, serta teknik penyampaian yang digunakan oleh Ustadzah

⁷⁷ Wawancara dengan Cindy Nahillatul Febriana, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 20 Juni 2025

Halimah Alaydrus sangat menentukan keberhasilan pesan dalam menyentuh hati audien. Selain itu, menurut nanik dalam wawancara berikut ini:

*"ada beberapa tulisan beliau yang biasanya menggunakan kata-kata "Dek" itu yang membuat saya sangat merasa tersentuh kak.. Berasa seperti diberi nasihat oleh kakak yang penuh kasih sayang dan tanpa menghakimi."*⁷⁸

Nanik mengatakan bahwa gaya penyampaian yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus, khususnya penggunaan sapaan seperti "Dek", membuat pesan dakwah terasa lebih dekat dan menyentuh. Kata tersebut dianggap membawa nuansa keakraban, kelembutan dan kasih sayang, sehingga tulisan-tulisan dakwah yang dibaca terasa seperti nasihat dari seorang kakak kepada adiknya, yang hangat, menenangkan dan tidak menghakimi.

Dari hasil wawancara dengan partisipan menunjukkan bahwa struktur penyampaian dan pilihan diksi memiliki peran penting dalam membentuk ikatan emosional antara *da'i* (komunikator) dan *mad'u* (komunikan). Dengan pemilihan gaya penyampaian yang bersahabat dan lembut, Ustadzah Halimah Alaydrus berhasil menjembatani jarak antara penyampai pesan dan pembaca, menjadikan pesan-pesan keagamaan terasa lebih dekat dan relevan secara emosional.

4. Lingkungan dan Komunitas antara Pengikut Instagram

@halimahalaydrus

Sebagian partisipan juga menyebutkan bahwa komentar dan

⁷⁸ Wawancara dengan Nanik Haryanti, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 20 Juni 2025

interaksi dari pengikut lain turut memperkuat penerimaan terhadap konten dakwah *bil qalam*. Ketika melihat banyak orang merasakan hal serupa dengan isi pesan dakwah dalam postingan Instagram @halimahalaydrus, timbul rasa kedekatan dan validasi bahwa pesan yang disampaikan benar-benar menyentuh dan relevan dengan kehidupan Partisipan. Lingkungan digital yang positif dan saling mendukung di kolom komentar Instagram Ustadzah Halimah Alaydrus membentuk komunitas spiritual yang memperkuat resepsi terhadap isi pesan dakwah.

”pastinya berpengaruh, karna di kolom komentar menampilkan kondisi yang sama seolah itu tervalidasi beberapa orang, juga terdapat sudut pandang lain. yang mana itu juga saya juga bisa belajar dari situ.”⁷⁹

Dela mengungkapkan bahwa lingkungan komentar dan interaksi pengikut lain berperan dalam membentuk pemaknaannya terhadap dakwah *bil qalam*. Partisipan menyebut bahwa komentar sering menampilkan respon dari audiens lain yang mengalami kondisi serupa dengan dirinya, sehingga membuat partisipan merasa bahwa apa yang dirasakan tervalidasi. Hal ini menciptakan rasa keterhubungan dan membentuk keyakinan bahwa pesan dakwah tersebut benar-benar menyentuh banyak orang. Selain itu, partisipan juga menyebutkan bahwa mendapatkan sudut pandang baru dari komentar orang lain, yang berarti partisipan tidak hanya menerima pesan dari konten dakwah *bil qalam* Ustadzah Halimah Alaydrus,

⁷⁹ Wawancara dengan Dela Dwi Safitri, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 19 Juni 2025

tetapi juga belajar dari pengalaman spiritual dan refleksi audien lain.

Hal ini menunjukkan bahwa proses pemaknaan terhadap konten tidak terjadi secara individual saja, tetapi berlangsung dalam konteks sosial dan komunitas online.

*"kadang komentar dari pengikut lain juga ikut mempengaruhi pemahaman saya, karena ada banyak yang menuliskan pengalaman pribadi atau tanggapan mereka setelah membaca caption ustadzah Halimah. dari situ saya jadi bisa melihat sudut pandang lain, bahkan kadang ada yang menuliskan hal-hal yang saya sendiri belum kepikiran. dari komentar mereka bisa menambah pemahaman saya, dan bikin saya merasa tidak sendiri dalam merasakan pesan dakwah tersebut. kurleb seperti itu kak."*⁸⁰

Penuturan Mita menegaskan bahwa lingkungan komentar dan tanggapan dari *pengikut* lain turut memengaruhi cara memahami dan memaknai konten dakwah *bil qalam* Ustadzah Halimah Alaydrus. Komentar-komentar tersebut sering kali berisi pengalaman pribadi, refleksi dan respon yang serupa dengan apa yang Partisipan rasakan sehingga muncul keterhubungan emosional. Partisipan juga mengungkapkan, melalui komentar orang lain dapat menemukan sudut pandang baru yang bahkan sebelumnya belum terpikirkan olehnya, yang pada akhirnya menambah pemahaman dan memperkaya proses penerimaan pesan dakwah. Dari penuturan Mita menunjukkan bahwa penerimaan atau pemahaman pesan dakwah tidak berlangsung secara individual sepenuhnya, tetapi turut terbentuk oleh komunitas digital yang aktif berinteraksi dan saling berbagi makna.

⁸⁰ Wawancara dengan Mita Badriyatul Jannah, pengikut Instagram @halimahalaydrus pada 21 Juni 2025

C. Pembahasan Temuan

1. Penerimaan Audien Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam Dalam Postingan Instagram @halimahalaydrus

Selama melakukan penelitian mengenai resepsi audien akun Instagram @halimahalaydrus terhadap konten dakwah *bil qalam*, peneliti menemukan resepsi (penerimaan) yang beragam sesuai dengan pengalaman pribadi, persepsi serta latar belakang dari setiap partisipan. Hal ini terbukti melalui hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pengikut aktif Instagram @halimahalaydrus.

Menyerap konsep *encoding-decoding* oleh Stuart Hall (1993), maka aktivitas resepsi ini sesuai dengan konteks dan latar belakang sosial mereka pada pesan media, serta sebagai segmentasi general mengenai resepsi audien pada suatu pesan dominan dari konten dakwah *bil qalam* maka audien sesuai dengan konsep *encoding-decoding* dapat terbagi menjadi tiga kategori, yaitu:

a. Posisi Hegemoni Dominan

Stuart Hall menjelaskan hegemoni dominan sebagai situasi di mana media menyampaikan pesan, kemudian audien menerimanya. Apa yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh audien. Untuk posisi hegemoni dominan pada pengikut akun Instagram @halimahalaydrus, terdapat lima Partisipan yang memiliki penerimaan terhadap konten dakwah *bil qalam* baik dari isi pesan maupun metode penyampaiannya.

b. Posisi Negoisasi

Posisi ini di mana audien secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. Dalam hal ini, audien bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapan yang disusajkan dengan minat pribadi.

Partisipan yang berada pada posisi negoisasi, menerima isi pesan atau nilai dakwah serta metode penyampaian pesan yang dilakukan pada akun Instagram @halimahalaydrus. Namun Partisipan mengaku juga menerima metode dakwah lain seperti video pendek. Terdapat dua Partisipan yang berada pada posisi negoisasi, hal ini karena menyesuaikan terhadap cara penerimaan pesan dengan gaya hidup yang dirasa paling efektif.

c. Posisi Oposisi

Cara terakhir yang dilakukan audien dalam melakukan

decoding terhadap pesan media adalah melalui opisisi, hal ini terjadi ketika audien yang kritis mengganti, mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif.

Partisipan yang berada dalam posisi oposisi memiliki pemahaman yang berseberangan dengan metode dakwah yang digunakan pada akun Instagram @halimahalaydrus. Partisipan menerima isi pesan dakwah yang disampaikan namun menolak pada metode penyampaian pesan, karena menurutnya ada metode lain yang

dianggap lebih menarik dan mudah diakses. Hal ini sesuai dengan karakteristik resepsi oposisi, dimana audien tidak menyerap pesan yang sesuai dengan komunikator, melainkan menerima pesan dengan cara atau bentuk yang berbeda dari yang ditawarkan.

2. Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Audien Terhadap Konten

Dakwah Bil Qalam Dalam Postingan Instagram @halimahalaydrus

Berdasarkan hasil wawancara dengan delapan partisipan, ditemukan bahwa faktor penerimaan audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan atau metode penyampaian itu sendiri, namun juga oleh beberapa faktor eksternal dan internal yang membentuk cara mereka memahami dan menerima pesan tersebut. Temuan ini sejalan dengan asumsi dari teori Uses and Gratification, yang menyatakan bahwa audien memilih suatu medium dan pada waktu apa medium tersebut digunakan.

Faktor pertama yang mempengaruhi resepsi audien terhadap dakwah *bil qalam* adalah Kredibilitas Ustadzah Halimah Alaydrus. Partisipan seperti Susanti dan Mita menunjukkan bahwa karakter Ustadzah Halimah yang dikenal lembut, penuh kasih dan memiliki kedalaman ilmu membuat mereka lebih terbuka menerima pesan dakwah maupun metode penyampaiannya yang berupa dakwah *bil qalam* (tulisan). Kredibilitas dakwah menjadi semakin kuat karena pesan dirasakan tulus dan tidak menghakimi. Selain itu, sosok Ustadzah Halimah Alaydrus dikenal

sebagai seorang penceramah yang memiliki kemampuan luar biasa dalam menyampaikan ajaran dakwah.

Faktor kedua yang mempengaruhi resepsi audien terhadap dakwah *bil qalam* adalah kebutuhan spiritual dan emosional audien itu sendiri. Partisipan seperti Nanik dan Wahyu mengaku lebih mudah menerima pesan dakwah ketika emosi sedang tidak stabil seperti ketika mendapatkan ujian merasa bahwa konten tersebut dapat mempengaruhi emosi mereka. Dakwah *bil qalam* yang ditulis dengan bahasa yang lembut dan disertai dengan nilai-nilai keislaman yang mendalam dapat memberikan ketenangan yang menumbukan kesadaran dan motivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Faktor ketiga yang mempengaruhi resepsi audien terhadap dakwah *bil qalam* adalah gaya bahasa dan struktur penulisan Ustadzah Halimah Alaydrus. Partisipan seperti Cindy dan Nanik menilai bahwa Ustadzah Halimah Alaydrus memiliki daya tarik tersendiri karena menggunakan bahasa yang lembut, santun dan bermakna. Bahasa yang ringan dan sederhana namun menyentuh hati membuat pesan dakwah mudah dipahami oleh berbagai kalangan, terutama wanita muslimah yang memang mayoritas pengikut Instagram beliau. Struktur penyajian pesan yang runtut, tidak menggurui melainkan mengajak untuk merenung, membuat pesan-pesan dakwah menjadi lebih mudah diterima dan direnungkan secara mendalam. Hal ini mencerminkan kemampuan komunikatif Ustadzah Halimah Alaydrus dalam menyesuaikan gaya

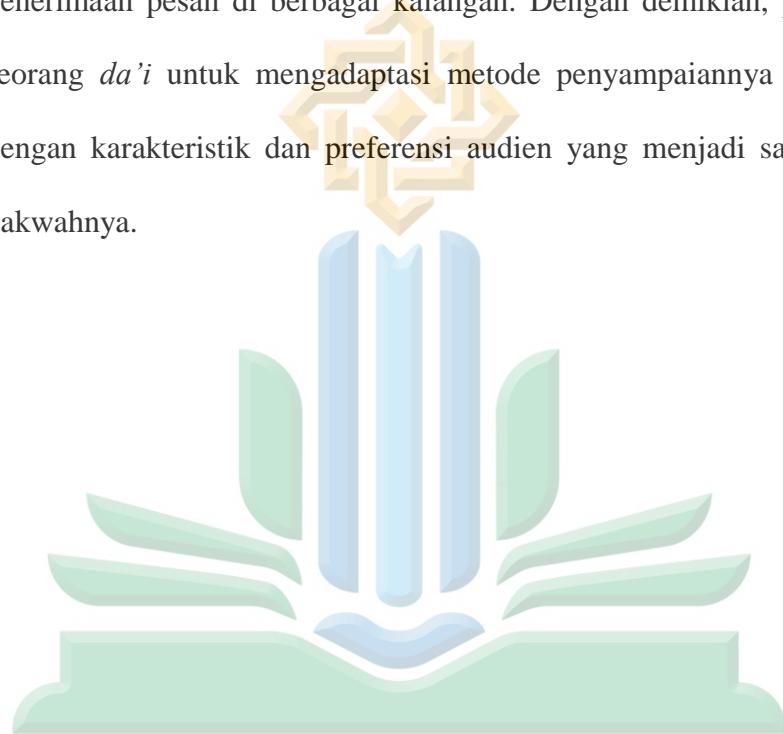
bahasa dengan karakteristik audien media sosial yang beraneka ragam.

Faktor terakhir yang mempengaruhi resepsi audien terhadap dakwah *bil qalam* adalah lingkungan dan komunitas. Partisipan seperti Dela dan Mita menyebutkan bahwa komentar dan interaksi dari pengikut lain turut memperkuat penerimaan terhadap konten dakwah *bil qalam*. Misalnya, Partisipan turut membaca komentar dalam postingan yang mendapatkan sudut pandang baru sehingga merasa apa yang dialami tervalidasi. Interaksi tersebut menciptakan berbagai ruang pandangan dan pengalaman baru yang memperkaya penerimaan terhadap konten dakwah *bil qalam*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa resepsi audien terhadap dakwah *bil qalam* sangat dipengaruhi oleh gabungan antara kepercayaan terhadap penyampai pesan, kondisi emosional saat menerima pesan, cara penyampaian serta lingkungan sosial digital yang mengelilinginya. Hal ini diperkuat dengan pandangan bahwa dakwah digital bukan hanya persoalan konten, tetapi juga menyangkut konteks penerimannya yang kompleks dan bersifat sangat personal.

Berdasarkan hasil analisis mengenai resepsi audien dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, dapat disimpulkan bahwa dakwah yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus, khususnya melalui platform media sosial Instagram di akun pribadinya @halimahalaydrus, memberikan wawasan komprehensif tentang mekanisme penerimaan konten dakwah melalui audien di tengah perkembangan era kontemporer.

Secara spesifik, format dakwah yang disampaikan dalam bentuk teks menawarkan kepada audien kesempatan untuk berfokus, merenung dan menginternalisasi pesan secara lebih medalam. Selain itu, penyampaian dakwah dengan bahasa yang lugas dan sederhana terbukti memfasilitasi penerimaan pesan di berbagai kalangan. Dengan demikian, penting bagi seorang *da'i* untuk mengadaptasi metode penyampaiannya agar selaras dengan karakteristik dan preferensi audien yang menjadi sasaran utama dakwahnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapatkan dari penelitian terkait resepsi audien Instagram @halimahalaydrus terhadap konten dakwah *bil qalam* di tengah serbuan konten video adalah sebagai berikut:

1. Metode penerimaan audien terhadap konten dakwah *bil qalam* dalam postingan Instagram @halimahalaydrus menunjukkan penerimaan yang positif, berdasarkan pada penerimaan audien, peneliti mendapatkan lima partisipan yang berada dalam posisi dominan, dua partisipan berada dalam posisi negoisasi dan satu partisipan berada dalam posisi oposisi. Dengan mengangkat isi pesan dakwah yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, kedelapan partisipan merasa dimengerti terkait masalah yang dialami. Hal ini sejalan dengan teori resepsi Stuart Hall yang menyatakan bahwa audien memahami, menginterpretasi isi pesan (memproduksi makna), berdasarkan pengalaman (*story of life*) dan pandangannya selama melakukan interaksi dan mengonsumsi isi media online itu sendiri.
2. Faktor yang mempengaruhi resepsi audien terhadap konten dakwah *bil qalam*, diantaranya adalah Kredibilitas Ustadzah Halimah Alaydrus, kebutuhan spiritual dan emosional audien, gaya bahasa dan struktur penulisan Ustadzah Halimah Alaydrus serta lingkungan dan komunitas antara pengikut Instagram @halimahalaydrus. Dari keempat faktor tersebut berkesinambungan antara satu sama lain dalam menarik audien

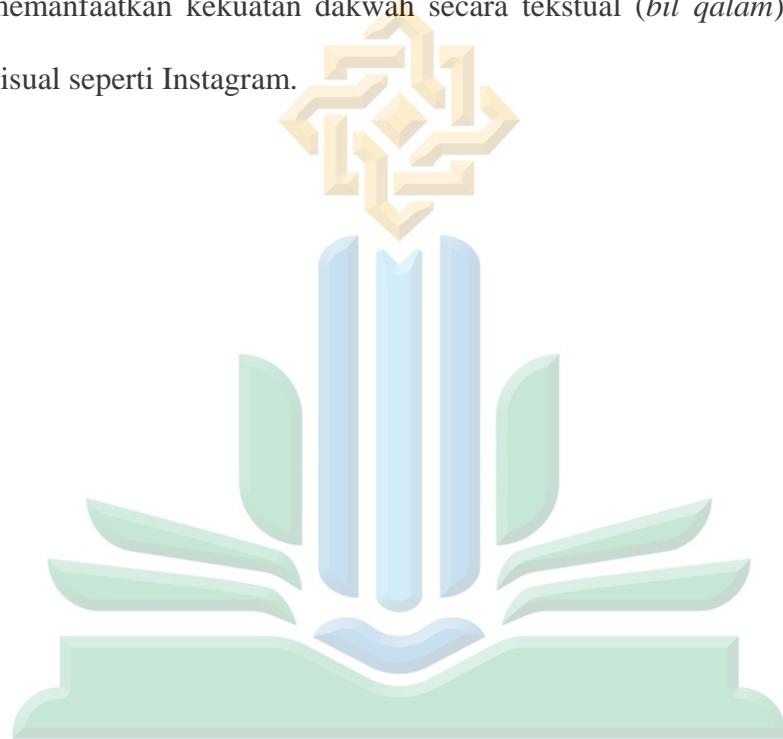
untuk membaca dan menerima konten dakwah *bil qalam*. Sesuai dengan teori Uses and Gratification bahwa audien tidak melihat pada pilihan medium yang digunakan, namun teori Uses and Gratification cenderung melihat mengapa audien tersebut memilih medium yang akan digunakan.

B. Saran

Mengingat adanya keterbatasan yang dihadapi selama pelaksanaan penelitian, yang meliputi berbagai rintangan dan hambatan dalam memperoleh temuan serta merumuskan kesimpulan di atas, maka peneliti mengajukan beberapa saran. Saran-saran ini bertujuan untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan guna perbaikan dan pengembangan yang lebih optimal pada studi atau penelitian di masa mendatang.

1. Untuk peneliti yang akan melanjutkan studi ini, peneliti merekomendasikan untuk melakukan pendalaman kajian secara berkelanjutan. Kajian tersebut sebaiknya berfokus ada analisis mendalam mengenai resepsi audien terhadap metode dakwah yang dianggap paling efektif dan relevan untuk diimplementasikan dalam konteks perkembangan zaman yang semakin dinamis saat ini.
2. Untuk konten kreator dakwah, khususnya Instagram @halimahalaydrus peneliti berharap dapat terus mempertahankan dan mengembangkan metode dakwah *bil qalam* yang santun, lembut serta menyentuh hati. Penyampian pesan yang dikemas dengan bahasa yang ringan dan sederhana namun bermakna mendalam terbukti efektif menarik perhatian audiens dan memperkuat nilai-nilai agama didalamnya.

3. Untuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat dijadikan panduan praktis dalam mengembangkan konten dakwah yang inovatif. Mahasiswa didorong untuk tidak hanya fokus pada konten video, namun juga dapat memanfaatkan kekuatan dakwah secara textual (*bil qalam*) di platform visual seperti Instagram.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad . *"Ilmu Dakwah (edisi revisi)"*. Jakarta. Kencana Parenada Media Group. 2004.
- Alvina, Nazwa dkk. (2025). *"Sentimen Netizen Pada Konten Dakwah Akun Instagram @Halimahalaydrus"*. Jurnal Religious and Social Humanitis. Vol.2, No. 1
- Arlinah, Subuh Rahma. (2019). *"Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun"*. Jurnal Ilmiah Kebudayaan dan Kesejarahan. Vol. VI No. 2
- Asmara, Yudi. (2024). *"Prospek Dakwah Bil Qalam Di Era New Media"*. Jurnal komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol 2 No 1
- Dr. Humaizi, M.A *"Uses and Gratification Theory"*. Medan. USU Press. 2018
- Dr. Rulli Nasrullah. *"Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)"*. Jakarta. PRENADAMEDIA GROUP. 2014
- Dwi, Bambang. *"Instagram Handbook"*. Jakarta. Media Kita. 2012
- Fadhil, M. (2022). *"Resepsi Audien Pada Iklan Televisi Komersial"*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.7 No.1
- Faizah, Nurul. (2023). *"Pesan Dakwah Bil Qalam Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Akun Instagram @Halimahalaydrus"*. Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam. Vol. 1 No. 1
- Fatwana, Tamita dkk. (2023). *"Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di Instagram"*. Jurnal Sosiologi Agama Indonesia. Vol. 4 No. 2
- Rini, Fitria, dkk. (2019). *"Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah"*. Jurnal Ilmiah Syiar. Vol. 19 No. 02
- Hayyan, Ahmad. (2022). *"Dakwah Digital: Menakar Kualitas Da'i Dalam Fenomena Ustadz Media dan Radikalisme Pendakwah"*. Jurnal Of Islamic Communication. Vol. 5, No. 2
- Hidayatul, Nurul. (2022). *"Pemanfaatan sosial Media dalam Meningkatkan Efektifitas Dakwah di Era Digital"*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol. 1, No. 2
- Inggrit, Levia. (2024). *"Study Fenomologi: Pemanfaatan Konten Instagram Sebagai Efek Tren Media Promosi Shopee Affiliate"*. Hal 67
- Jum'ah, dkk. (2024). *"Antara Tradisi dan Inovasi: Menelisik Ustadzah Halimah Alaydrus dalam Dakwah Digital"*. Jurnal Al-Hikmah Media Dakwah,

Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan. Vol. 15, No. 2

Morrisan. "Teori Komunikasi Individu Hingga Massa". Jakarta. KENCANA PRENADAMEDIA GROUP. 2014

Muriah, Siti. "Metodologi Dakwah Kontemporer". Yogyakarta. Mitra Pustaka. 2000

Mustafidah, Hindayati dkk. "Dasar-dasar Metodologi Penelitian". Purwokerto. UM Purwokerto Press. 2020

Nanda, Alfira dkk. (2022). "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan Online Bukalapak 'A Stranger – A Ramadan Story' ". Jurnal CommLine. Vol. 7, No 01

Ngafifi, Muhamad. (2014). "Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya". Jurnal Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi. Vol 2 No. 1

NU Online. "Surat Al-Qalam Ayat 01". <https://quran.nu.or.id/al-qalam/1>. Diakses pada 03 November 2025 pukul 12.37 WIB

NU Online. "Surat Ali 'Imran: 104". <https://quran.nu.or.id/ali%20'imran/104>. Diakses pada 11 Desember 2025 pukul 15.27

Azizah Nurkhasanah. (2022). "Analisis Resepsi Viewers Akun Instagram @LYFEWITHLESS Terhadap Konten Kampanye #BELAJARJADIMINIMALIS". (Skripsi UIN Raden Mas Said Surakarta)

Prana, Muara. (2024). "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Iklan Youtube Softex Daun Sirih Versi Voice Of Baceprot Story". (Skripsi Universitas Islam Sultan Agung Semarang).

Prof. Dr. Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Februari 2017

Purba, Bonaraja dkk. "Pengantar Ilmu Komunikasi". Medan. Yayasan Kita Menulis. 2021.

Resca, Yena dkk. (2023). "Analisis Resepsi Khalayak Tentang Aplikasi MyPertamina (Studi Pada Masyarakat Kota Bengkulu)". Jurnal Multimedia Disiplin Dehasen. Vol. 2, No. 2

Rohmadi, Arif. "Tips Produktif Ber-Social Media: Memanfaatkan Aneka Sosial Media Populer, Riset Media Sosial, Promosi Online". Jakarta. PT Elex Media Komputindo. 2016

Rohmah, Farikhatur dkk. (2024). "Komunikasi Dakwah Digital Dalam Penguanan Moderasi Beragama". Jurnal Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah. Vol.24, No 2

Sri, Vivi. (2024). "Mediatasi Dakwah: Popularitas Kajian Halimah Alaydrus dan Umi Laila di Kalangan Generasi Z". Jurnal Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal. Vol. 2 No.12

Sya'bania, Cindie dkk. (2020). "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @YHOOPHII_OFFICIAL Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan". Jurnal Inovasi. Vol. 14 No.1

Ummu, Raihana. "Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial Ditengah Pandemi Covid-19". (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). 2020

Wawancara

Fatimatuz Zahro, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 15 Juni 2025.

Siti Holifah, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 16 Juni 2025.

Wahyu Susilowati, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 16 Juni 2025.

Susanti, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 18 Juni 2025.

Dela Dwi Safitri, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 19 Juni 2025.

Cindy Nahillatul Febriana, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 20 Juni 2025.

Nanik Haryanti, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 20 Juni 2025.

Mita Badriyatul Jannah, diwawancara oleh peneliti pada tanggal 21 Juni 2025.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PEDOMAN WAWANCARA

Resepsi Audien Instagram @halimahalaydrus

Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam Di Tengah Serbuan Konten Video

A. Pedoman Observasi

1. Mengamati postingan pada akun Instagram @halimahalaydrus, seperti caption, hastag, desain visual, tema konten, isi pesan dan frekuensi posting.
2. Mengamati interaksi pengikut akun Instagram @halimahalaydrus di kolom komentar.

B. Pedoman Dokumentasi

1. Mengambil foto atau gambar postingan akun Instagram @halimahalaydrus yang sesuai dengan kualifikasi yang telah ditentukan.
2. Mengambil buku, jurnal, skripsi, internet dan bahan tertulis lainnya.

C. Pedoman Wawancara

- 1) Sejak kapan anda mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus?
- 2) Apa yang membuat anda tertarik mengikuti akun Instagram @halimahalaydrus?
- 3) Apakah anda sering membaca *caption* atau tulisan Panjang (dakwah *bil qalam*) dalam postingan Instagram @halimahalaydrus?
- 4) Bagaimana perasaan anda saat membaca tulisan-tulisan Ustadzah Halimah Alaydrus?
- 5) Apakah anda merasa bahwa isi pesan dalam tulisan tersebut

sesuai dengan kondisi atau pengalaman pribadi anda? Jelaskan!

- 6) Apakah anda pernah merasa terbantu, tercerahkan atau berubah setelah membaca postingan di akun Instagram @halimahalaydrus?
- 7) Apakah anda merasa bahwa tulisan tersebut mudah dipahami atau justru perlu direnungkan lebih dalam?
- 8) Apakah anda lebih menyukai konten dakwah *bil qalam* dibandingkan dengan bentuk dakwah lain seperti video pendek? Mengapa?
- 9) Menurut anda, apakah sosok Ustadzah Halimah Alaydrus berpengaruh terhadap cara anda menerima isi kontennya?
- 10) Apa peran gaya bahasa atau cara penyampaian dalam membuat tulisan beliau terasa menyentuh?
- 11) Apakah keadaan emosional atau situasi hidup anda saat itu memengaruhi cara anda memaknai tulisan dakwah tersebut?
- 12) Apakah lingkungan komentar atau tanggapan *pengikut* lain turut memengaruhi pemahaman atau penerimaan anda terhadap isi konten?
- 13) Apa yang menurut anda membuat konten dakwah berupa tulisan panjang seperti ini tetap diminati meskipun tidak sejalan dengan tren video pendek di media sosial?
- 14) Apa pesan atau kesan paling berkesan yang anda dapatkan dari dakwah *bil qalam* Ustadzah Halimah?

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator Penelitian	Fokus Penelitian	Tujuan Penelitian	Sumber Data	Metode Penelitian
Resepsi Audien Instagram @halimahalaydrus Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam Di Tengah Serbuan Konten Video	1. Resepsi audien 2. Konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam postingan Instagram @halimahalaydrus	1. Resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> 2. Faktor resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i>	1. Bagaimana resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam postingan Instagram @halimahalaydrus? 2. Apa saja faktor yang mempengaruhi resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam postingan Instagram @halimahalaydrus?	1. Untuk mengetahui bagaimana resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam postingan Instagram @halimahalaydrus. 2. Untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi resepsi audien terhadap konten dakwah <i>bil qalam</i> dalam postingan Instagram @halimahalaydrus.	1. primer: wawancara dengan Partisipan yaitu pengikut akun Instagram @halimahalaydrus 2. sekunder: Dokumen, buku, jurnal, hasil studi, hasil survey, situs internet dan sumber bacaan lainnya.	Pendekatan: Kualitatif Jenis Penelitian: Deskriptif Teknik: Observasi Wawancara Dokumentasi

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadiyatul Maghfiroh
NIM : 211103010039
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddid Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Resepsi Audien Instagram @halimahalaydrus Terhadap Konten Dakwah Bil Qalam Di Tengah Serbuan Konten Video” tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti bahwa penelitian ini mengandung materi plagiarisme atau jika ada pihak lain yang mengajukan klaim, saya bersedia mematuhi proses hukum.

Saya menulis surat pernyataan ini dengan jujur dan tanpa tekanan atau paksaan dari siapapun.

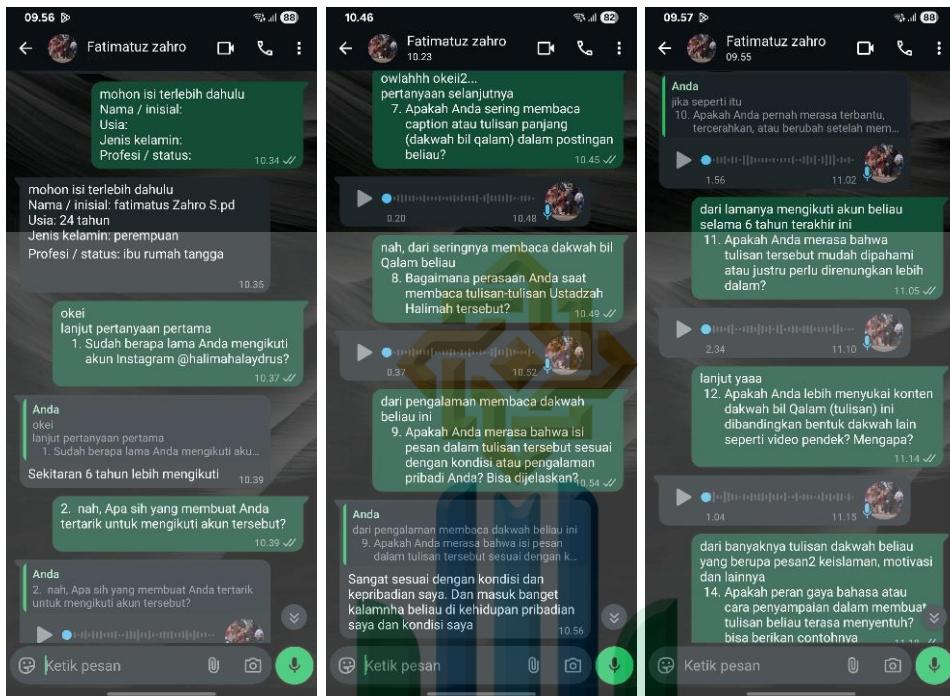
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Jember, 20 Oktober 2025
Saya yang menyatakan

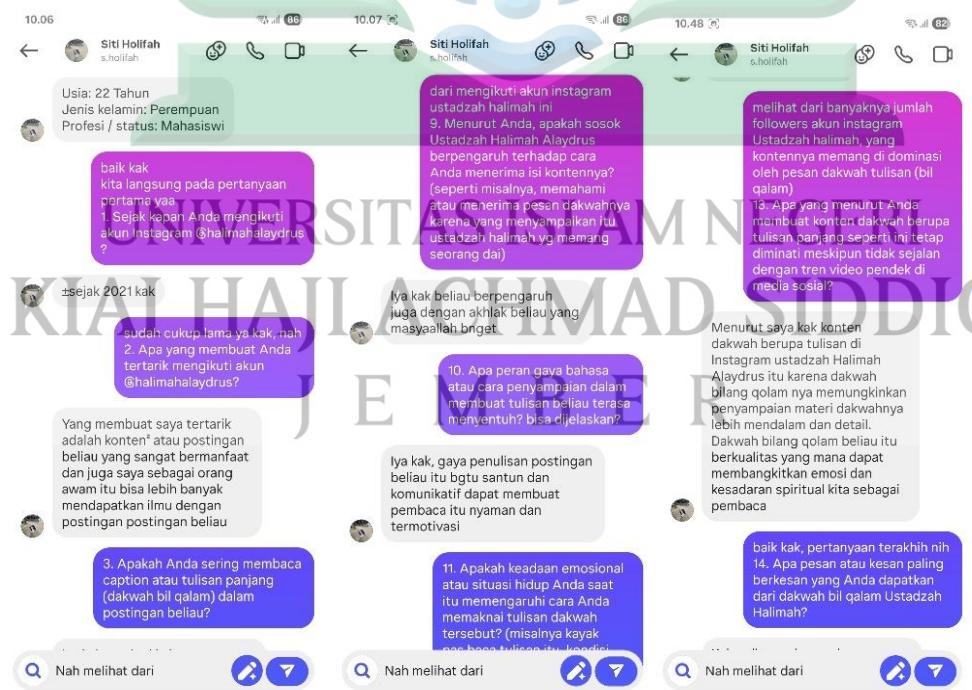


Fadiyatul Maghfiroh
211103010039

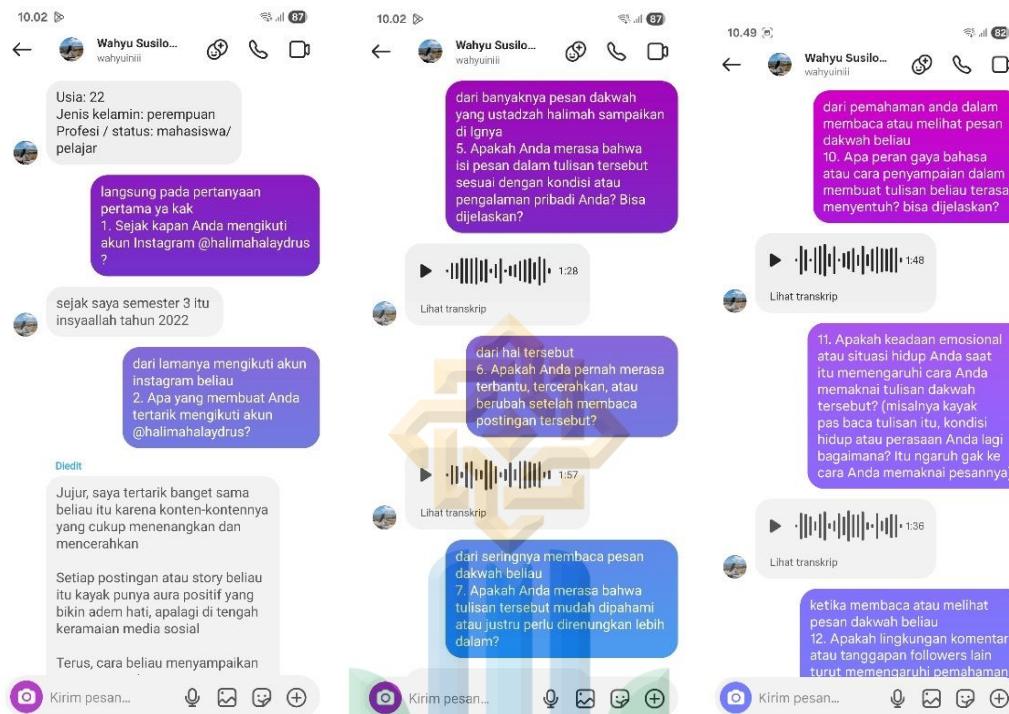
DOKUMENTASI



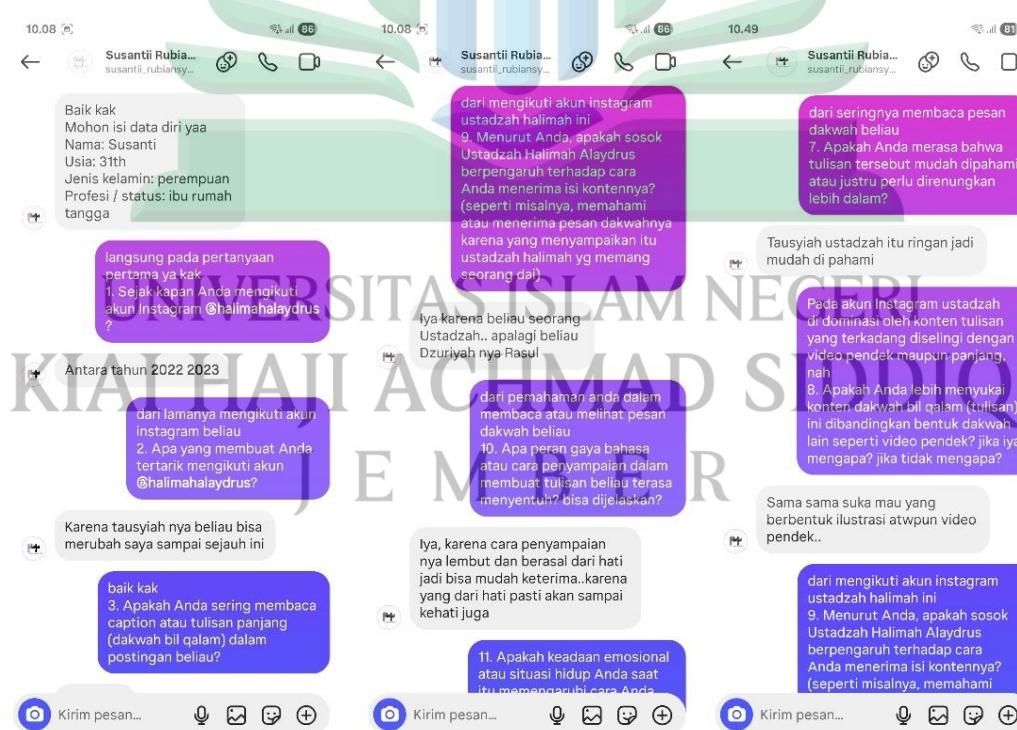
Wawancara dengan Fatimatuz Zahro di platform WhatsApp (Minggu, 15 Juni 2025)



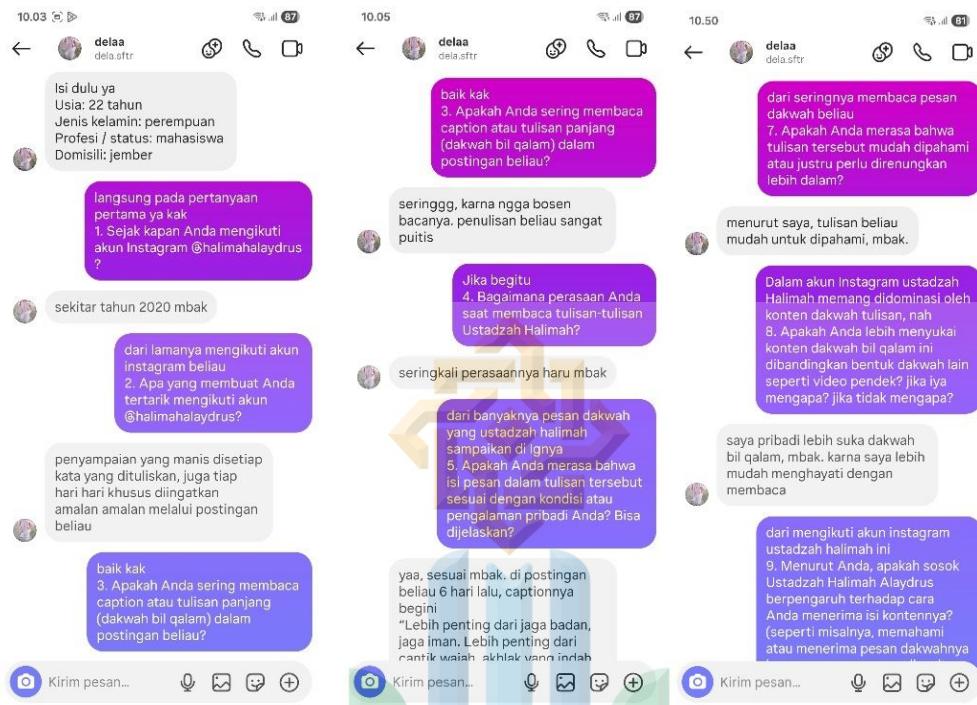
Wawancara dengan Siti Holifah di Instagram (Senin, 16 Juni 2025)



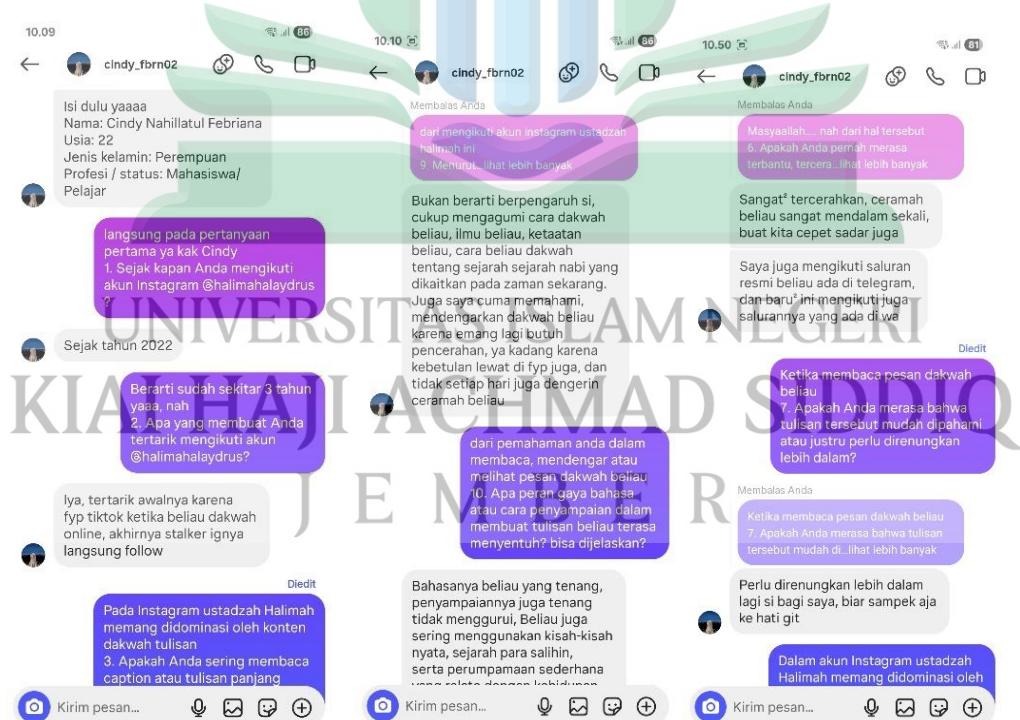
Wawancara dengan Wahyu Susilowati di Instagram (Senin, 16 Juni 2025)



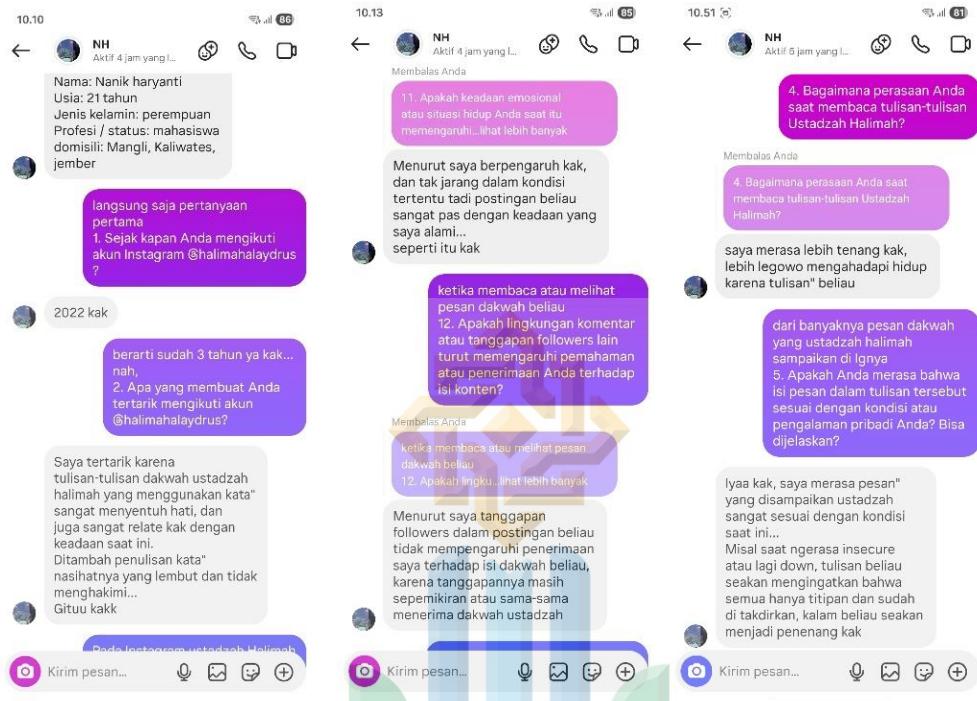
Wawancara dengan Susanti di Instagram (Rabu, 18 Juni 2025)



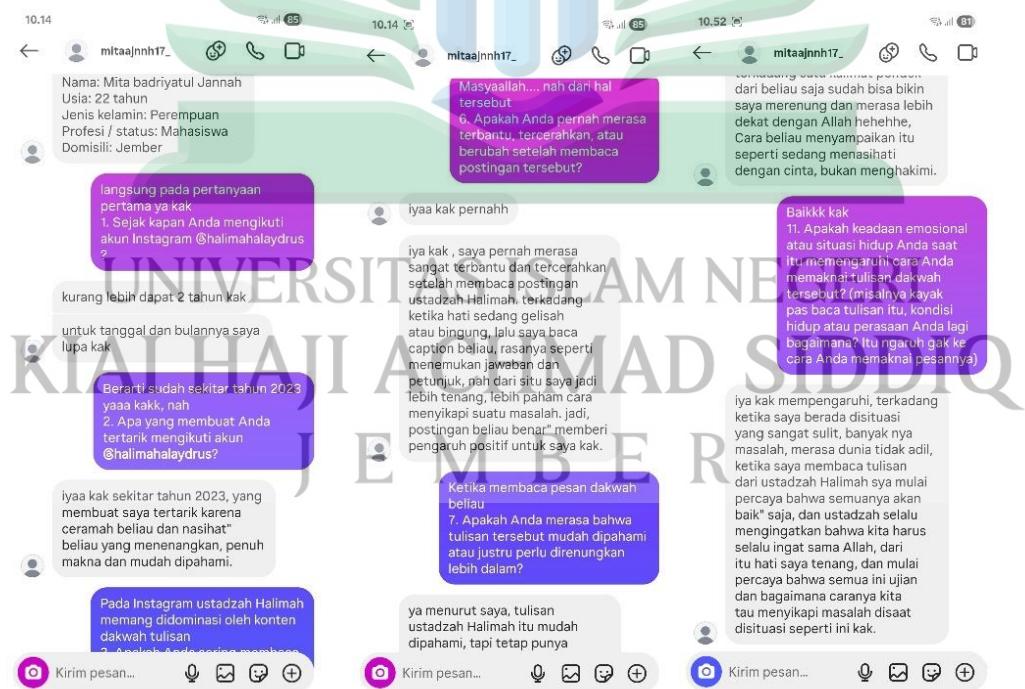
Wawancara dengan Dela Dwi Safitri di Instagram (Kamis, 19 Juni 2025)



Wawancara dengan Cindy Nahillatul F di Instagram (Jum'at, 20 Juni 2025)



Wawancara dengan Nanik Haryanti di Instagram (Jum'at, 20 Juni 2025)



Wawancara dengan Mita Badriyatul Jannah di Instagram (Sabtu, 21 Juni 2025)

BIODATA PENULIS



A. BIODATA DIRI

Nama	: Fadiyatul Maghfiroh
NIM	: 211103010039
Tempat, Tanggal Lahir	: Jember, 05 Februari 2003
Alamat	: Dusun Krajan, RT/RW 005/006, Desa Sumberkejayan, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember
Fakultas	: Dakwah
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
No. Telepon	: 085336543366
Email	: fadiyahmahfiroh@gmail.com

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

NO	Lembaga/ Instansi	Tahun
1.	RA. Al-Azhar	2008 – 2009
2.	MI Nurul Hidayah	2010 – 2016
3.	MTS Miftahul Ulum Suren	2016 – 2018
4.	MA Miftahul Ulum Suren	2019 – 2021
5.	UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	