

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan suatu proses untuk menyampaikan nilai ajaran agama yang sesuai dengan perintah Allah untuk disampaikan kepada masyarakat.¹ Dalam melaksanakan dakwah harus masuk dalam kehidupan masyarakat. Dakwah yang berarti menyampaikan, menyeru serta mengajak masyarakat untuk selalu berada di jalan Allah. Dalam proses penyampaian, dakwah harus disampaikan dengan menggunakan cara yang mudah diterima oleh masyarakat. Saat ini banyak dakwah yang mudah kita temukan dan kita ikuti baik di dunia maya maupun dalam lingkungan masyarakat seperti majelis-majelis, kajian islami dan lainnya. Seiring berkembangnya teknologi, dakwah tidak lagi ada pada kegiatan majelisan saja, melainkan dakwah saat ini memiliki banyak kemudahan dengan memanfaatkan teknologi sebagai media berdakwah kepada masyarakat.²

Teknologi dan dakwah merupakan dua bagian yang berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Teknologi bukan merupakan suatu hal terlarang, walaupun zaman Rasulullah tidak ada teknologi yang berkembang seperti sekarang. Perkembangan teknologi saat ini merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh dai agar segala sesuatu yang dihadirkan dalam proses dakwah tersebut mudah diterima dan tidak tertinggal oleh perkembangan zaman. Teknologi yang berkembang saat ini sangat memudahkan para dai untuk mengembangkan dakwahnya. Oleh karena itu, para dai

¹ Azfar Muhammad Robbani and Rhafidilla Vebrynda, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Nurul Azka Dalam Mengelola Akun @Nunuzoo)," no. 2 (n.d.): 3.

² Muthoatul Chasnal, "Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama (Studi Pada Akun Instagram @remisyaoofficial)," *Skripsi* (2021): 40.

diharuskan untuk piawai dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menyampaikan pesan dakwahnya melalui media sosial seperti instagram.³

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat cepat. Produk teknologi yang digunakan serta dimanfaatkan oleh masyarakat dari berbagai kalangan adalah internet. Internet memberikan kemudahan terhadap masyarakat untuk melakukan interaksi dengan siapapun. Keberadaan internet memunculkan berbagai jenis media sosial. Media sosial merupakan media digital yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk melakukan komunikasi, mencari informasi serta membagikan konten baik berupa gambar, tulisan maupun video yang dapat diakses dengan mudah serta terbuka untuk publik.⁴

Sebelum ditemukan internet, masyarakat melakukan komunikasi jarak jauhnya dengan cara mengirimkan surat baik melalui pos maupun melalui media lainnya. Namun seiring perkembangan zaman, saat ini komunikasi jarak jauh dapat dilakukan dengan sangat mudah dan dalam waktu cukup singkat. Media sosial hadir dengan menawarkan kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses serta menyampaikan informasi secara mudah dan cepat.⁵ Media sosial memiliki banyak manfaat sehingga banyak orang yang telah mengakses dan membuat akun media sosial. Namun, dalam sudut lain media sosial bisa menjadi peringatan bagi penggunanya jika salah dalam memanfaatkannya.

Internet hadir sebagai suatu bentuk media baru yang mempunyai kelebihan dalam hal menyampaikan informasi. Dalam internet terdapat beberapa fitur yang

³ Imas Mutiawati, "Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah Di Instagram)," *Skripsi* (2018): 5.

⁴ Zakiyah Romadlany and Farhan, "Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid," *jurnal EL-furqania* 05, no. 01 (2019): 16.

⁵ Eni Purwantari, "Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @Hawaariyyun," *Skripsi* (2019): 16.

biasa disebut jejaring sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lainnya.⁶ Pengguna jejaring sosial ini dapat memilih fitur mana yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Fitur-fitur pada jejaring sosial banyak diminati oleh penggunanya dari semua kalangan karena pengguna merasa nyaman sehingga tidak heran jika internet menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat yang harus terpenuhi. Internet diakses oleh jutaan orang dalam setiap harinya untuk berkomunikasi serta mencari informasi aktual yang terjadi saat ini.

Instagram merupakan salah satu dari media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Instagram adalah media sosial yang memberikan informasi berupa gambar, video, dan tulisan. Media sosial instagram sangat disukai oleh semua kalangan khususnya kalangan anak muda karena media sosial instagram menyediakan berbagai filter digital yang dapat dinikmati pengguna serta dibagikan kepada publik.⁷ Selain itu, instagram dengan fitur terbarunya saat ini menyediakan video *reels* yang sangat disukai oleh penggunanya. Secara istilah instagram adalah aplikasi yang dapat digunakan untuk membagikan foto dan video, mengambil serta mengakses filter digital dan membagikannya di berbagai akun media sosial. Media sosial instagram mampu memberikan berbagai informasi akun-akun tertentu kepada penggunanya seperti akun artis, akun olshop, akun dakwah dan lain-lain. Tidak hanya itu, instagram juga memberikan layanan bagi penggunanya untuk membagikan hasil fotonya sebagai bentuk inspirasi atau sekedar menyampaikan pesan yang berhubungan dengan foto tersebut.

⁶ Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja," *Jurnal Communication* VII, no. 1 (2017): 3.

⁷ M Ridwan, Nurdin, and Fitriainingsih, "Pengaruh Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa," *Al-mishbah* 15, no. 2 (2019): 4.

Dengan adanya perkembangan teknologi ini, kelompok agama banyak yang memanfaatkannya sebagai media untuk menyampaikan pesan keagamaan yang mana dakwah di dunia *offline* berkembang menjadi dakwah *online*.⁸ Saat ini dakwah tidak hanya dilakukan dalam satu waktu seperti dalam acara majelisan. Kehadiran media sosial memberikan kemudahan bagi dai untuk menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat luas. Ada banyak jejaring media sosial yang dapat kita gunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Salah satunya media yang banyak diminati oleh dai untuk menyampaikan pesan dakwahnya adalah instagram. Instagram menjadi salah satu media dakwah yang sangat efektif karena jangkauan dan informasi pada instagram dapat mengalir dengan cepat, mudah bahkan mampu menembus batas ruang dan waktu karena dapat diakses kapan saja oleh penggunanya.⁹ Berbagai macam video dan foto yang berisi pesan dakwah saat ini banyak yang mengunggah di media sosial instagram. Selain itu, media sosial instagram juga menghadirkan berbagai macam akun seperti akun dakwah, akun motivasi dan lain-lain. Dengan demikian, para dai yang menggunakan instagram sebagai media berdakwah mulai berlomba-lomba untuk menyampaikan pesan dakwahnya yang dikemas dengan sangat menarik baik berupa gambar, tulisan maupun video agar pengguna media sosial instagram tertarik terhadap konten dakwahnya.¹⁰

Peneliti menemukan akun instagram yang digunakan sebagai sarana menyampaikan pesan-pesan dakwah yaitu akun instagram @ruangnderes. Akun ini

⁸ Nata Rinaldi, "Pengaruh Terpaan Konten Dakwah Di Instagram Terhadap Penerapan Akhlak (Studi Pada Followers Instagram @malangmengaji)," *Skripsi* (2019): 15.

⁹ Abdul Karim, "Dakwah Melalui Media : Sebuah Tantangan Dan Peluang," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 6.

¹⁰ Zida Zakiyatul Husna and Abdul Muhid, "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram," *Ath-thariq* 05, no. 02 (2021): 9.

hadir dengan memberikan banyak pesan dan informasi yang dikemas dengan visual yang sangat menarik, baik berupa video, gambar maupun tulisan. Konten dakwah pada akun instagram @ruangnderes ini berisi motivasi, muhasabah diri, cerita, dawuh para kyai tentang al-Qur'an dan yang paling utama adalah pesan-pesan dakwahnya. Pesan dakwah pada akun instagram @ruangnderes sasarannya adalah santri dan para penghafal al-Qur'an. Akun instagram @ruangnderes memiliki panggilan khusus bagi pengikutnya yaitu dengan sebutan *nderesous*. Pesan-pesan dakwahnya banyak diminati oleh pengguna instagram yang berasal dari dunia santri terkhusus bagi santri penghafal al-Qur'an karena pesan dakwahnya selalu memotivasi, penggunaan kalimat dan desain visualnya sangat bagus. Pesan-pesan dakwah pada akun instagram @ruangnderes mudah untuk dipahami kemudian diterapkan, sebagai bahan renungan diri, hiburan serta motivasi. Setiap unggahan pada akun instagram @ruangnderes selalu berisi pesan-pesan dakwah.

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian yang peneliti lakukan bahwa santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya menggunakan media sosial instagram sebagai sarana komunikasi dan mencari informasi tertentu. Banyak santri yang mengikuti akun-akun dakwah dengan tujuan sebagai bentuk motivasi serta renungan diri. Salah satu akun dakwah di media sosial yang banyak diikuti oleh santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya adalah akun instagram @ruangnderes yaitu sebanyak 65% santri yang mengikutinya. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian, akun instagram @ruangnderes sangat disukai oleh santri karena pesan-pesan dakwahnya sangat sesuai dengan kehidupan dan isinya sesuai dengan apa yang dirasakan oleh penikmat konten, kalimat dalam penyampaian

pesannya enak dibaca, desain visual dalam penyampaian pesan dakwahnya sangat bagus serta pesan-pesan motivasi dalam unggahannya sesuai dengan kehidupan para santri penghafal al-Qur'an dalam setiap harinya. Seperti yang telah dituturkan oleh Maisyatul Aisyiyah Rahma ketika diwawancarai peneliti, “ketika saya sedang tidak bersemangat dalam menghafal, saya selalu membuka akun instagram @ruangnderes dan melihat postingan pesan dakwahnya yang terbaru dan setelah menerima pesan tersebut dia selalu termotivasi untuk terus bangkit dan semangat dalam menghafalkan al-Qur’an.”¹¹

Dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang ditimbulkan dari pesan dakwah pada akun instagram @ruangnderes. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @ruangnderes Terhadap Motivasi Menghafal Al-Quran Bagi Santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyya”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh pesan dakwah akun instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal al-Qur’an bagi santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyya.
2. Seberapa besar pengaruh pesan dakwah akun instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal al-Qur’an bagi santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyya

¹¹ Maisyatul Aisyiyah Rahma, Wawancara Virtual Via Whatsapp chat, pada 30 Oktober 2022

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pesan dakwah akun instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal al-Qur'an bagi santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan dakwah akun instagram @ruangnderes terhadap motivasi menghafal al-Qur'an bagi santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian tentang Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @ruangnderes Terhadap Motivasi Menghafal al-Qur'an bagi Santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan ilmu dalam bidang komunikasi di lingkungan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Kediri khususnya tentang instagram sebagai salah satu media baru yang memiliki peran sebagai media komunikasi dakwah.
2. Sedangkan kegunaan praktis dalam penelitian ini mencakup tiga hal yaitu:
 - a. Bagi lembaga, dalam hal ini yaitu pengasuh dan santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya, diharapkan dapat menjadi salah satu acuan atau dokumen.
 - b. Bagi peneliti, yaitu dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap mendapatkan pengalaman dan wawasan untuk mengetahui tentang Pengaruh

Pesan Dakwah Akun Instagram @ruangnderes Terhadap Motivasi Menghafal Al-Qur'an Bagi Santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyya.

- c. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangan pemikiran atau sebagai referensi untuk penelitian berikutnya dan khususnya bagi pengguna akun media sosial instagram untuk menyebarkan dakwahnya

E. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh pesan dakwah pada akun instagram @ruangnderes. Penggunaan media sosial hanya pada instagram karena media sosial instagram menyediakan berbagai filter digital yang dapat dinikmati pengguna serta dibagikan kepada publik. Instagram dapat digunakan penggunanya untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi dalam berbagai bidang, seperti hiburan, bisnis, politik atau pesan agama.¹²

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti akan memaparkan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta berkesinambungan dengan penelitian saat ini. Dari adanya paparan penelitian terdahulu, diharapkan peneliti dapat memperoleh bahan sebagai perbandingan atau rujukan dalam melaksanakan penelitian. Selain itu, diharapkan untuk dapat menghindari adanya anggapan mengenai kesamaan dengan penelitian ini. Sehingga peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu atau kajian pustaka ini, diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Mida Al Kusani dengan judul “Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram

¹² Dudung Abdul Rohman, “Komunikas Dakwah Melalui Media Sosial,” *Jurnal Balai Diklat Keagamaan Bandung* XIII, no. 2 (2019): 5.

@hanan-attaki”, program studi komunikasi dan penyiaran Islam, Institute Agama Islam Negeri Purwokerto. Hasil dari penelitian tersebut adalah video konten dakwah remaja yang ada pada akun instagram @hanan_attaki periode Januari – Desember 2018, terdapat lima imbauan pesan yaitu imbauan pesan rasional, imbauan pesan emosional, imbauan pesan takut, imbauan pesan ganjaran dan imbauan pesan motivasi. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah keduanya sama-sama meneliti tentang dakwah pada akun instagram. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah terletak pada objek penelitiannya, yaitu peneliti menggunakan objek penelitian pada akun instagram @ruangnderes, sedangkan pada penelitian Mida Al Kusani objek penelitiannya akun instagram @hananattaki. Selain itu, metode pendekatan yang digunakan peneliti dan Mida Al Kusani berbeda. Kalau peneliti menggunakan kuantitatif sedangkan Mida Al Kusani menggunakan pendekatan kualitatif analisis Hostly.¹³

Penelitian yang kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putri Hidayati jurusan studi manajemen dakwah , Universitas Islam Negeri Suska Riau pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh konten dakwah akun @berkahijrah di instagram terhadap pemahaman agama followers”. Hasil penelitian ini adalah bahwa konten dakwah pada akun instagram @berkahijrah terhadap pemahaman agama *followers* memiliki pengaruh sangat kuat. Persamaan penelitian Putri Hidayati dengan peneliti adalah keduanya sama-sama meneliti pengaruh dakwah pada akun instagram, namun terdapat perbedaan dalam objek penelitian. Objek pada penelitian Putri Hidayati yaitu pemahaman agama *followers* akun @berkahijrah, sedangkan objek

¹³ Mida Al Kusani, *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan_Attaki*, 2019.

yang digunakan peneliti adalah motivasi santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyya.¹⁴

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dwiki Darmawan dengan judul “Pengaruh konten dakwah akun instagram @xbank.indonesia terhadap minat kerja mahasiswa di bank (mahasiswa perbankan syariah uin jakarta)”, program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2021. Hasil pada penelitian ini adalah nilai koefisien korelasi sebesar 0,092 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,008 sebesar 0,8% sedangkan sisanya sebesar 99,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar konten dakwah akun Instagram @xbankindonesia. Persamaan penelitian Dwiki Darmawan dengan peneliti adalah keduanya sama-sama meneliti tentang pengaruh dakwah pada akun instagram, namun terdapat perbedaan pada subjek penelitiannya. Subjek penelitian yang dilakukan oleh Dwiki Darmawan adalah mahasiswa semester 7 fakultas ekonomi dan bisnis, jurusan perbankan syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Sedangkan subjek penelitian yang dilakukan peneliti yaitu santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyya. Selain itu terdapat perbedaan dalam objek penelitiannya. Objek pada penelitian Dwiki Darmawan yaitu pengaruh akun instagram @xbank.indonesia,¹⁵ sedangkan objek pada penelitian penulis yaitu pengaruh akun instagram @ruangnderes.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Wiga Tresani pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh video dakwah di akun media sosial instagram terhadap sikap keagamaan peserta didik di SMA Negeri 1 Tumijajar tahun ajaran

¹⁴ Putri Hidayati, “Pengaruh Konten Dakwah Akun @berkahijrah Di Instagram Terhadap Pemahaman Agama Followers,” *Skripsi* (2021): 39.

¹⁵ Dwiki Darmawan, “Pengaruh Konten Dakwah Akun Instagram @xbnk.Indonesia Terhadap Minat Kerja Mahasiswa Di Bank,” *Skripsi* (2021): 20.

2018/2019”, program studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh video dakwah di instagram terhadap sikap keagamaan peserta didik di SMA Negeri 1 Tumijajar. Persamaan penelitian Hanifah Wiga Tresani dengan peneliti adalah keduanya sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, namun terdapat perbedaan objek dan subjek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Wiga Tresani yaitu akun video dakwah instagram terhadap sikap keagamaan, sedangkan objek penelitian yang digunakan peneliti yaitu pesan dakwah akun instagram @ruangnderes. Selain itu juga terdapat perbedaan pada subjek penelitiannya. Subjek penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Wiga Tresani yaitu peserta didik di SMA Negeri 1 Tumijajar,¹⁶ sedangkan subjek penelitian yang dilakukan peneliti yaitu santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyya.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Muthoatul Chasna pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh pesan dakwah terhadap minat mengikuti pengajian agama (studi pada akun instagram @remisyaoofficial), program studi ilmu komunikasi Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2021”. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh pesan dakwah Instagram @remisyaoofficial terhadap minat mengikuti pengajian Agama. Persamaan penelitian Muthoatul Chasna dengan peneliti adalah keduanya sama-sama meneliti pengaruh pesan dakwah pada akun instagram, namun terdapat perbedaan pada objek dan subjek penelitiannya. Objek penelitian yang dilakukan oleh Muthoatul Chasna adalah akun instagram @remisyaoofficial, sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian pada akun instagram @ruangnderes. Subjek penelitian yang dilakukan oleh Muthoatul Chasna

¹⁶ Hanifah Wiga Tresnani, “Pengaruh Video Dakwah Di Akun Media Sosial (Instagram) Terhadap Sikap Keagamaan Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Tumijajar Tahun Ajaran 2018/2019,” *Skripsi* (2019): 56.

adalah *followers* akun instagram @remisyaoofficial,¹⁷ sedangkan subjek penelitian yang dilakukan peneliti adalah santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyya Kota Kediri.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Nisa Adilah Silmi dengan judul “Analisis pesan dakwah akhlak pada video akun instagram @hijabalila”, program studi ilmu komunikasi Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2018. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pesan dakwah akhlak dalam 3 video akun instagram @hijabalila. Pesan yang pertama adalah tentang ajakan untuk senantiasa berbakti kepada orang tua. Kedua tentang larangan mengejek dan ketiga tentang larangan ghibah dan mengingatkan seseorang apabila berada dalam kemaksiatan. Persamaan penelitian Nisa Adilah Silmi dengan peneliti adalah keduanya sama-sama meneliti tentang pesan dakwah pada akun instagram. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nisa Adilah Silmi dengan peneliti adalah terletak pada objek penelitiannya, yaitu peneliti menggunakan objek penelitian pada akun instagram @ruangnderes, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Nisa Adilah Silmi objek penelitiannya adalah akun instagram @hijabalila. Selain itu, metode pendekatan yang digunakan peneliti dan Nisa Adilah Silmi berbeda. Kalau peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan Nisa Adilah Silmi menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika.¹⁸

¹⁷ Muthoatul Chasnal, “Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama (Studi Pada Akun Instagram @remisyaoofficial).” *Skripsi* (2021):41

¹⁸ Nisa Adilah Silmi, “Analisis Pesan Dakwah Akhlak Pada Video Akun Instagram @Hijabalila,” *Skripsi* (2018): 37.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang berhubungan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian dengan maksud untuk . menghindari adanya pengertian yang berbeda.¹⁹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel x (Pesan dakwah akun @ruangnderes) dan variabel y (motivasi menghafal al-Qur'an).

Variabel yang berkaitan dengan operasionalnya adalah sebagai berikut:

1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah materi dakwah yang disampaikan kepada *mad'u* yang berisi ajaran Islam untuk mengajak manusia berada di jalan Allah.²⁰ Pesan dakwah yang disampaikan berisi pesan-pesan mengenai ajaran agama.

2. Motivasi

Motivasi adalah bentuk dorongan yang mempengaruhi tingkah laku sehingga bergerak melakukan sesuatu untuk mencapai tujuannya.²¹ Motivasi pada penelitian ini merupakan bentuk dorongan yang timbul dari diri santri untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

¹⁹ Elok Latifah, "Pengaruh Akun Dakwah Instagram Terhadap Sikap Keagamaan Siswa Di SMAN 17 Surabaya," *Skripsi* (2018): 44.

²⁰ Lisa Seri Wahyuni, "Pesan-Pesan Dakwah Akun Instagram @Sahabat_islami Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry)," *Jurnal Peurawi* 2, no. 2 (2019): 8.

²¹ Aditya Nugroho, "Pengaruh Motivasi Dan Minat Terhadap Prestasi Siswa Pada Mata Kuliah Diklat Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Di SMK Negeri 1 Sedayu," *Skripsi* (2013): 7.