



Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah terkait Kesadaran Beribadah Mahasiswa Unisba

Nanda Ghilman Nadhiri, Wildan Yahya*, N. Sausan Saleh

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 1/5/2024

Revised : 15/6/2024

Published : 16/6/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 1

Halaman : 9 - 16

Terbitan : **Juli 2024**

ABSTRAK

Di zaman milenial, Instagram dapat digunakan sebagai alat dakwah oleh generasi di zaman ini. Penggunaannya yang fleksibel memudahkan implementasi dakwah tanpa memerlukan banyak ruang. Namun, banyak pesan dakwah di Instagram tidak sepenuhnya mengubah cara berpikir dan tingkah laku mad'u. Hal ini menjadi pertanyaan mengingat popularitas pengguna Instagram di Indonesia sangat banyak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ada peningkatan dalam kesadaran beribadah terhadap pesan-pesan dakwah di Instagram. Dengan menggunakan metode kualitatif berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti menemukan adanya peningkatan kesadaran beribadah pada mahasiswa fakultas dakwah 2019. Meskipun pada dasarnya setiap seorang Muslim mempunyai kesadaran beribadah, namun dengan adanya konten-konten dakwah tersebut kenyataannya terdapat peningkatan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mahasiswa-mahasiswi fakultas dakwah dapat dengan baik menggunakan Instagram sebagai alat dakwah baik secara komunikator atau komunikan.

Kata Kunci : Dakwah; Kesadaran Beribadah; Teori Penggunaan Instagram.

ABSTRACT

In the millennial era, Instagram can be used as a means of preaching (dakwah) by the generation of this time. Its flexible usage facilitates the implementation of preaching without requiring much space. However, many dakwah messages on Instagram do not entirely transform the thinking and behavior of the audience (mad'u). This raises questions considering the widespread popularity of Instagram users in Indonesia. This study aims to analyze whether there is an increase in worship awareness towards dakwah messages on Instagram. Using qualitative methods such as observation, interviews, and documentation, the researcher found an increase in worship awareness among students of the 2019 Faculty of Dakwah. Although fundamentally every Muslim has a sense of worship awareness, the existence of these dakwah contents has indeed led to an increase. Through this research, it is hoped that male and female students of the Faculty of Dakwah can effectively use Instagram as a means of preaching, both as communicators and recipients.

Keywords : Dakwah,; Worship Awareness; Instagram Usage Theory.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Memasuki zaman milenial, pemahaman masyarakat tentang dakwah mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup penting. Dakwah tidak hanya terbatas dipahami sebagai upaya penyampaian ajaran Islam melalui pengajian, khutbah jum'at, ceramah di atas mimbar, ceramah pada hari-hari besar Islam, tetapi pemahaman dakwah lebih dari sekedar itu. Dalam definisi yang lebih progresif, dakwah bisa didefinisikan sebagai tindakan individu yang bertujuan untuk mewujudkan kebersamaan dan solidaritas bersama. Menurut Ujang Mahadi, pemahaman dakwah bukanlah pemahaman konvensional berupa rutinitas spiritual yang kolektif, melainkan dakwah juga bisa berupa tindakan pemberian santunan kepada panti asuhan, meringankan kemiskinan, penanggulangan bencana dan berbagai aktivitas kemanusiaan lainnya (Mahadi, 2015).

Islam sebagai agama yang sempurna tentu akan dapat dipahami oleh para pemeluknya untuk lebih dihayati dan diamalkan secara murni dan konsekuen, jika disampaikan oleh para penceramah atau dā'i yang mampu melakukan komunikasi dakwah efektif. Komunikasi dakwah efektif dapat menginternalisasikan ajaran Islam dalam benak dan dada semua umat sehingga dapat bersikap dan berperilaku sebagai muslim sejati (Markarna, 2014).

Dari sisi lain Rasulullah bersabda: "Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, hendaklah berbicara secara efektif atau diam". Al-Syaukānī dalam kitab tafsir *Faṭḥ al-Qadīr*, sebagaimana dikutip Jalaudin Rahmat, mengartikan al-bayān sebagai kemampuan berkomunikasi. Komunikasi efektif tidak hanya cara berbicara tetapi juga etika bicara (Rakhmat, 2008).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Susilowati, 2018). Instagram sendiri masih bagian dari Meta yang merupakan induk dari berbagai macam media sosial, seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Semakin berkembangnya pembaharuan software, Instagram kini sudah dibekali dengan berbagai macam fitur-fitur unggulan agar memudahkan untuk membagi-bagikan foto atau video. Hal ini tentu membuat para Da'i dan Da'iah turut membagikan pesan dakwahnya melalui foto, ilustrasi atau video dengan sangat kreatif.

Media Dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan isi pesan dakwah kepada mad'u. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Maka, pemanfaatan instagram sebagai media dakwah disini berarti upaya menggunakan atau memakai media sosial instagram sebagai alat yang menyalurkan pesan dakwah kepada mad'u yaitu para pengguna instagram, dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Bandung Fakultas Dakwah 2019 (Syukir, 1993).

Aktivitas dakwah dapat membentuk perubahan-perubahan sosial yang dapat diidentifikasi dengan proses cara berpikir dan tingkah laku yang muncul karena interaksi yang bersifat komunikatif seperti menyampaikan pesan dakwah secara simbolis. Selanjutnya adanya perubahan dalam hal kesadaran beribadah dari mad'u setelah menerima pesan dakwah. Pada tahap ini masyarakat membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah. Maka pada aspek ini pesan dakwah yang diterima tersebut dapat mendorong masyarakat untuk melakukan secara nyata ajaran-ajaran Islam sesuai dengan pesan dakwah, maka dakwah dikatakan berhasil dengan baik, jika masyarakat sebagai mad'u memahami, dapat bersikap atau memberikan respon dan terakhir adanya perubahan perilaku masyarakat (Mubasyaroh, 2017).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Bagaimana Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Pada Mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini 1) Untuk Mengetahui Mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019 Dalam Memanfaatkan Instagram Sebagai Media Dakwah., 2) Untuk Mengetahui Mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019 Menentukan Konten Dakwah Untuk Kebutuhannya, 3) Untuk Mengetahui Seleksi Dalam Memilih Konten Dakwah di Instagram Pada Mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019, dan 4) Untuk Mengetahui Apakah Konten Atau Postingan Dakwah Dapat Mempengaruhi Kesadaran Beribadah Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2019.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan observasi sebagai pendekatan awal, Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati (Farida Nurgrahani, 2014). Sedangkan Pengertian Deskriptif Kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati (Subadi, 2006).

Teknik Teknik pengumpulan data dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini prosedur dan teknik data yang peneliti pakai adalah Penelitian Lapangan (Field Research). Adapun metode pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Tahapan dalam melakukan analisis ini dilakukan dengan reduksi data untuk menghasilkan informasi yang lebih bermakna dan memudahkan peneliti dalam melakukan penarikan kesimpulan yang didapat selama pengumpulan data dalam penyajian data. Data yang telah dihimpun dan disajikan akan dilakukan triangulasi untuk mengetahui keabsahan data dari sumber data penelitian. Dalam triangulasi ini, peneliti menggunakan triangulasi teori untuk menguji keabsahan data yang ditemukan berlandaskan pada teori yang ada.

C. Hasil dan Pembahasan

Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2019

Dalam ranah pendidikan khususnya di lingkup universitas, istilah “media sosial” sudah tidak asing lagi, bahkan penggunaan media sosial terutama Instagram di lingkup perguruan tinggi merupakan hal yang dapat membantu aktivitas perkuliahan mahasiswa. Hal ini bisa dilakukan ketika mahasiswa membutuhkan informasi-informasi yang berkaitan dengan perkuliahan seperti kalender akademik atau hal lainnya lewat akun Instagram kampus. Platform jejaring sosial yang tergolong dalam ranah teknologi informasi memiliki peran yang signifikan dalam proses pengelolaan dan penyajian informasi, apabila dimanfaatkan secara efektif, terutama bagi individu yang terlibat dalam aktivitas komunikasi. Para mahasiswa yang berada di fakultas dakwah sebagai calon praktisi komunikasi atau penceramah di masa depan diharapkan memiliki pemahaman yang komprehensif dan mampu mengaplikasikan media sosial secara optimal, sesuai dengan kebutuhan serta persyaratan yang dihadapi dalam peran mereka sebagai penyampai pesan dan informasi.

Dalam platform Instagram, beragam aktivitas dapat dilaksanakan oleh pengguna melalui fitur-fitur yang tersedia, termasuk pemuatan konten, pembagian konten, interaksi pesan, dan lain sebagainya, dengan kelancaran dan kecepatan yang terkemuka. Salah satu kegiatan yang berpotensi memberikan dukungan bagi seluruh fitur yang terdapat di Instagram adalah pelaksanaan dakwah. Pada konteks era modern yang semakin berkembang ini, pelaksanaan dakwah melalui platform Instagram menyediakan kenyamanan yang substansial jika dibandingkan dengan metode dakwah konvensional.

Berdasarkan temuan dari penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti terkait permasalahan yang difokuskan pada pemanfaatan Instagram sebagai wadah dakwah bagi mahasiswa yang berada di fakultas dakwah Universitas Islam Bandung, ditemukan bahwa terdapat beragam pola penggunaan platform Instagram oleh mahasiswa mengenai alasan mahasiswa tersebut menggunakan Instagram sebagai alat dakwah.

Dalam komunitas mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019, Instagram juga dapat berperan sebagai sarana untuk mempererat hubungan sosial antar-mahasiswa. Konten-konten dakwah yang dibagikan tidak hanya menyebarkan pesan keagamaan, tetapi juga membuka ruang bagi mahasiswa untuk saling berbagi pengalaman, pandangan, dan inspirasi terkait dengan nilai-nilai spiritual. Dengan

demikian, Instagram menjadi wadah yang mendukung proses belajar dan pembentukan karakter dengan cara yang lebih dinamis dan kontekstual (Mujahid, 2022).

Keterlibatan mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019 dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah adalah gambaran konkret tentang bagaimana teknologi, kreativitas, dan komitmen terhadap ajaran agama dapat bergandengan tangan untuk menciptakan dampak positif dalam kalangan mereka sendiri maupun di tengah masyarakat luas. Dalam era digital seperti sekarang, inisiatif semacam ini menggambarkan bagaimana dunia virtual dapat diisi dengan nilai-nilai kebaikan dan inspirasi yang berdampak dalam kehidupan nyata.

Menurut pandangan salah satu narasumber media sosial Instagram memiliki jangkauan yang sangat meluas dan dapat dianggap sebagai sarana dakwah yang efektif. Selain itu, Instagram merupakan platform yang sering digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari generasi muda hingga usia lanjut. Oleh karena itu, Instagram menjadi salah satu alternatif yang relevan dalam era saat ini sebagai media untuk menyampaikan dakwah.

Pendapat tersebut mengemukakan pandangan tentang potensi penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana untuk kegiatan dakwah. Pendapat ini disampaikan dengan alasan bahwa Instagram memiliki jangkauan yang luas, yang membuatnya sesuai untuk keperluan dakwah. Selanjutnya, disebutkan bahwa Instagram adalah salah satu platform media sosial yang populer dan digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk generasi muda dan orang dewasa. Oleh karena itu, Instagram dianggap sebagai alternatif yang relevan dalam konteks saat ini untuk menjalankan upaya dakwah. Secara keseluruhan, pendapat ini memaparkan keyakinan akan potensi Instagram sebagai alat dakwah berdasarkan cakupan yang luas dan popularitasnya di kalangan berbagai usia.

Popularitas Instagram sebagai media sosial yang paling diminati dan digunakan oleh banyak orang. Pernyataan ini menggaris bawahi fakta bahwa Instagram memiliki basis pengguna yang luas dan mendalam. Penggunaan Instagram memiliki potensi untuk mencapai audiens yang besar dan luas. Pemberian pesan dakwah atau materi kepada masyarakat memiliki potensi untuk menjangkau banyak individu, dan distribusi pesan dakwah dapat mencapai banyak orang karena karakteristik yang tak terbatas.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Fadly Usman dalam publikasinya mengungkapkan bahwa 92% individu memanfaatkan perangkat smartphone mereka selama lebih dari 8 jam dalam sehari. Hal ini mencerminkan pergeseran peran smartphone dari fungsi utama seperti panggilan telepon atau pesan singkat, menuju peran tambahan sebagai sumber informasi lainnya. Hasil investigasi yang dilaporkan dalam jurnal tersebut menyatakan bahwa 90% responden memanfaatkan smartphone sebagai alat untuk mendapatkan pengetahuan terkait dakwah Islam melalui media sosial (Usman, 2016).

Fakta-fakta tersebut mengindikasikan bahwa media sosial memiliki penggunaan yang tinggi jika dimanfaatkan sebagai alat untuk menyebarkan dakwah. Ini memberikan peluang yang besar bagi seorang penceramah (Dai) untuk menggunakan platform media sosial guna menyampaikan pesan dakwah serta nasihat-nasihat yang bernilai. Pilihan untuk menggunakan Instagram sebagai saluran dakwah, sebagaimana dijelaskan bahwa Instagram sedang menjadi favorit di antara platform media sosial, terutama di kalangan generasi muda. Hal ini akan menjadi cara yang sangat efektif, mengingat seberapa luasnya penggunaan internet dan minat orang dalam mencari informasi dakwah melalui media sosial.

Dengan kemampuan visual yang dimiliki oleh Instagram, para mahasiswa dapat menciptakan konten yang beragam dan menarik, seperti infografis, ilustrasi, dan video singkat, yang mampu menjangkau teman seangkatan serta menginspirasi khalayak yang lebih luas. Penggunaan hashtag khusus dan fitur tagging juga dapat mempertajam fokus pesan dakwah yang ingin disampaikan, menghubungkan komunitas mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2019 dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan serupa di dunia maya.

Menentukan Konten Dakwah Untuk Kebutuhan Spiritualitas Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah 2019

Selain itu, adanya kehendak yang melekat dalam setiap individu, yang secara intrinsik menggerakkan mereka untuk bertindak, berinteraksi, dan merespons lingkungan sekitarnya, menjadi faktor yang sangat memengaruhi bagaimana seseorang berhubungan dengan dunia di sekitarnya. Namun, lebih dari sekadar kehendak semata, penting sekali untuk diakui bahwa motivasi, yang merupakan perpaduan kompleks dari faktor-faktor internal dan eksternal, merupakan pendorong utama yang mendorong individu untuk mencari informasi berharga, hiburan yang menggugah, atau pengalaman yang menginspirasi melalui berbagai bentuk media yang ada.

Keputusan seseorang untuk mengonsumsi media tertentu tidak hanya dipengaruhi oleh dorongan kehendak mereka, tetapi juga sangat terkait dengan tujuan dan kebutuhan yang sedang mereka alami pada saat tertentu. Ketika seseorang merasa haus akan pengetahuan baru, mereka mungkin cenderung mencari sumber informasi yang mendalam dan memadai. Sebaliknya, ketika keinginan untuk bersantai dan melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari mendominasi, pilihan untuk mengonsumsi hiburan ringan mungkin menjadi lebih menonjol. Begitu juga, pada saat-saat ketika individu merasa perlu untuk diberdayakan atau diinspirasi, mereka mungkin akan mencari pengalaman melalui media yang dapat membangkitkan semangat dan rasa kreativitas.

Dalam dunia yang penuh dengan berbagai pilihan media dan konten, motivasi menjadi sebuah pemandu yang memainkan peran signifikan dalam membentuk preferensi, kebiasaan, dan konsumsi individu. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih dalam tentang motivasi individu dalam konteks media dapat membuka pintu bagi para pembuat konten dan penyedia media untuk lebih memahami dan memenuhi kebutuhan serta aspirasi audiens mereka dengan cara yang lebih mendalam dan bermakna.

Selain itu adanya kehendak, Penting untuk diakui bahwa motivasi merupakan pendorong internal yang mendorong individu untuk mencari informasi, hiburan, atau pengalaman tertentu melalui media. Dalam banyak kasus, keputusan seseorang untuk mengonsumsi media tertentu dapat dipengaruhi oleh tujuan dan kebutuhan mereka pada saat tertentu.

Contohnya seperti yang dilakukan oleh salah satu narasumber yang menyatakan bahwa dirinya banyak memfollow akun-akun dakwah untuk kebutuhannya dan juga menurutnya akun-akun dakwah yang ia follow karena merasa cocok dan suka pada akun-postingan dakwah tersebut. Untuk mengikuti beberapa pendakwah yang dianggap sesuai kriteria adalah langkah yang sangat bijaksana dalam perjalanan spiritual dan pencarian makna. Melalui pengamatan yang cermat terhadap cara penyampaiannya dan konten yang mereka bagikan, hal ini telah memilih pendekatan yang dapat memberikan insight berharga dan pengetahuan mendalam yang memengaruhi pemahaman.

Penting untuk diakui bahwa dalam mengikuti pendakwah tertentu mencerminkan ketertarikan pada cara-cara berbeda dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan spiritualitas. Cara penyampaian yang autentik dan berdaya tarik, seperti yang ditemukan dari pendakwah-pendakwah tersebut, memiliki potensi untuk merangsang refleksi dalam diri, mendorong untuk menggali lebih dalam tentang nilai-nilai spiritual, dan mungkin bahkan memotivasi perubahan positif dalam kehidupan sehari-hari.

Dari postingan-postingan dakwah dibagikan, akan merasakan adanya insight yang berharga. Ini menunjukkan bahwa konten yang mereka sampaikan mampu memberikan perspektif baru dan pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran agama, serta memberikan relevansi dalam konteks hidupmu saat ini. Insight-insight ini bisa memperkaya pikiran, menginspirasi tindakan positif, dan membantu mengarahkan menuju pertumbuhan spiritual yang lebih tinggi. Dalam dunia yang dipenuhi dengan beragam informasi, memilih para pendakwah yang dianggap kredibel dan sesuai dengan nilai-nilai serta kebutuhan adalah langkah penting dalam mengembangkan pemahaman spiritual yang kokoh.

Seleksi Dalam Memilih Konten Dakwah di Instagram Pada Mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019

Proses seleksi yang juga berperan dalam menghindari konten yang mungkin dapat menimbulkan ketidaksepakatan atau konflik di kalangan audiens. Ini berarti bahwa konten yang

kontroversial atau berpotensi menimbulkan perbedaan pandangan harus dipertimbangkan dengan hati-hati dan mungkin perlu disaring atau disajikan dengan pendekatan yang bijak dan penuh pertimbangan.

Seperti yang di sampaikan oleh salah satu narasumber. Dalam konteks pribadi, kadang-kadang terjadi perubahan, dan terkadang tidak. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk melakukan crosscheck terhadap keabsahan materi, terutama dalam konteks dakwah yang sangat peka terhadap aspek-aspek agama. Oleh karena itu, penting untuk teliti melakukan pengecekan ulang guna memastikan bahwa pemahaman sejalan dengan isi dan substansi materi dakwah yang terdapat di Instagram. Jika pemahaman kita sejalan, kita dapat segera mengimplementasikannya. Namun, jika terdapat perbedaan atau ketidaksesuaian, saya percaya bahwa langkah crosscheck kembali harus diambil sebelum melanjutkan implementasi.

Proses crosscheck atau verifikasi terhadap setiap postingan dakwah yang informan temui di media sosial. Dengan melakukan langkah ini, informan dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam postingan tersebut sesuai dengan pemahaman agama kita yang telah kita bangun sebelumnya. Jika merasa bahwa pesan dakwah tersebut sejalan dan sebanding lurus dengan keyakinan serta pemahaman kita tentang ajaran agama, maka kita dapat mempertimbangkan untuk mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Terdapat proses seleksi yang juga berperan dalam menghindari konten yang mungkin dapat menimbulkan ketidaksepakatan atau konflik di kalangan audiens. Ini berarti bahwa konten yang kontroversial atau berpotensi menimbulkan perbedaan pandangan harus dipertimbangkan dengan hati-hati dan mungkin perlu disaring atau disajikan dengan pendekatan yang bijak dan penuh pertimbangan.

Fenomena ini mengingatkan betapa akan pentingnya menjaga keselarasan antara pesan yang disampaikan dan potensi dampak sosialnya. Terkadang, konten yang dapat dianggap kontroversial atau berpotensi menimbulkan perbedaan pandangan perlu diperlakukan dengan sangat hati-hati. Ini mungkin berarti bahwa informasi tersebut perlu disaring, dianalisis secara mendalam, dan disajikan dengan pendekatan yang bijak guna memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan tetap dapat mencapai audiens tanpa menimbulkan ketidaksepakatan yang merugikan.

Tentu saja, dalam upaya menjaga keseimbangan antara kebebasan berbicara dan tanggung jawab sosial, perlu dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap konten yang bersifat sensitif. Pendekatan ini juga mencakup pengenalan kepada audiens mengenai konteks dan niat yang mendasari pesan yang disampaikan. Hal ini dapat memungkinkan audiens untuk memahami sudut pandang dan tujuan penyampai pesan, sekaligus memberikan kesempatan bagi audiens untuk merenung, berdiskusi, dan memproses informasi dengan cara yang terbuka dan konstruktif.

Peningkatan Kesadaran Beribadah Terhadap Konten Dakwah Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah 2019

Terdapat suatu peranan yang sangat penting dari konten atau postingan dakwah dalam mempengaruhi tingkat kesadaran beribadah pada mahasiswa yang tergabung dalam Fakultas Dakwah angkatan tahun 2019. Dalam konteks ini, konten dakwah yang disebarluaskan melalui berbagai platform, termasuk media sosial seperti Instagram, memiliki potensi luar biasa untuk menjadi alat yang efektif dalam membentuk pemahaman dan kesadaran yang lebih dalam terhadap praktek-praktek beribadah.

Dengan memanfaatkan konten dakwah yang disajikan secara kreatif, edukatif, dan inspiratif, para mahasiswa Fakultas Dakwah 2019 dapat terhubung dengan pesan-pesan agama dengan cara yang relevan dan sesuai dengan perkembangan zaman. Konten-konten tersebut tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mengajak untuk merenung, merenungi, dan merefleksikan nilai-nilai spiritual dalam keseharian mereka.

Dalam era digital ini, di mana akses informasi begitu mudah dan cepat, konten dakwah yang menarik dan informatif di media sosial mampu menjangkau dan memengaruhi khalayak yang lebih luas. Mahasiswa Fakultas Dakwah 2019 yang terlibat dalam interaksi dengan konten dakwah ini dapat merasakan pengaruh positif dalam membentuk keinginan yang lebih kuat untuk meningkatkan kesadaran beribadah mereka.

Selain itu, melalui konten dakwah yang variatif, termasuk kutipan-kutipan agama, ceramah singkat, ilustrasi visual, dan kisah-kisah inspiratif, mahasiswa dapat lebih mudah mengaitkan pesan-

pesan agama dengan realitas kehidupan sehari-hari. Hal ini mendorong refleksi lebih mendalam tentang signifikansi dan relevansi ibadah dalam menghadapi berbagai situasi dan tantangan yang dihadapi.

Hampir semua responden pada penelitian ini mengatakan jika konten atau postingan dakwah di Instagram dapat meningkatkan kesadaran beribadah mereka. Persepsi yang seragam dari sebagian besar responden menunjukkan bahwa konten dakwah di Instagram memberikan pengaruh yang mendalam terhadap pemahaman dan pandangan mereka terhadap aspek-aspek beribadah. Mungkin konten-konten ini berhasil menyajikan informasi agama dengan cara yang menarik dan relevan, sehingga mampu menarik perhatian dan merangsang refleksi spiritual para mahasiswa.

Selain itu, temuan ini juga mengindikasikan bahwa penggunaan platform digital seperti Instagram memiliki daya jangkauan yang kuat dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak yang lebih luas. Respons positif dari responden menunjukkan bahwa konten dakwah di Instagram tidak hanya sekedar mencapai mahasiswa Fakultas Dakwah yang aktif dalam berinteraksi dengan konten tersebut, tetapi juga mungkin mempengaruhi mereka yang tidak terlibat secara langsung namun tetap mendapatkan manfaat dari informasi dan inspirasi yang disajikan.

Konten dakwah yang disajikan melalui *platform* Instagram memiliki potensi yang signifikan dalam melahirkan kesadaran dan pengaruh yang lebih luas terhadap berbagai aspek kehidupan keagamaan, termasuk ibadah dan akhlak. Para responden yang terlibat dalam penelitian ini secara seragam menyuarakan pandangan bahwa konten dakwah di Instagram memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan membentuk bagaimana mereka melaksanakan ibadah dan memperbaiki akhlak dalam kehidupan sehari-hari.

Adanya postingan dakwah melalui media Instagram memiliki potensi yang signifikan dalam mempengaruhi siklus kesadaran beribadah dan mendorong perbaikan kesadaran diri dalam beribadah. Melalui visualisasi, pesan-pesan yang kuat, dan konten yang mendalam, platform Instagram dapat memberikan dampak positif yang memungkinkan individu untuk mencapai tingkat kesadaran beribadah yang lebih baik lagi. Dengan demikian, melalui adanya postingan dakwah di media Instagram, individu memiliki peluang untuk merangsang, menguatkan, dan merenungkan aspek-aspek penting dalam beribadah. Hal ini berpotensi melahirkan kesadaran yang lebih mendalam dan perbaikan dalam kesadaran diri dalam beribadah, memungkinkan individu untuk mengembangkan hubungan spiritual yang lebih bermakna dengan Tuhan dan mempraktikkan agama dengan lebih autentik.

D. Kesimpulan

Pertama, Instagram memberikan mahasiswa peluang untuk menciptakan konten kreatif seperti infografis, ilustrasi, dan video singkat dalam dakwah, menggunakan fitur visual untuk menjangkau teman seangkatan dan audiens yang lebih luas. Penggunaan hashtag khusus dan tagging dapat mempertajam pesan dakwah dan menghubungkan komunitas mahasiswa secara online.

Kemudian, Mengikuti akun dakwah yang sesuai dengan nilai dan preferensi pribadi memberikan pengalaman spiritual yang kaya dan menciptakan lingkungan online yang mendukung pertumbuhan dan refleksi. Dalam era digital ini, mendapatkan insight baru dari konten dakwah di Instagram menjadi cara efektif untuk pengembangan diri dan pencarian makna yang lebih dalam.

Selain itu, Proses *crosscheck* atau verifikasi terhadap setiap postingan dakwah penting untuk memastikan kesesuaian dengan pemahaman agama. Jika pesan dakwah sejalan dengan keyakinan dan pemahaman sebelumnya, implementasinya dalam kehidupan sehari-hari dapat dipertimbangkan.

Dan terakhir, Konten dakwah di media sosial, khususnya Instagram, memiliki dampak signifikan terhadap kualitas beribadah. Meskipun kesadaran beribadah mungkin sudah ada sebelumnya, konten yang lebih beragam dan menarik membuka akses ke sumber-sumber spiritual dan edukasi agama yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- [1] Azmi Fadhilah Mujahid, & Muhammad Fauzi Arif. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 105–110. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1471>
- [2] Farida Nurgrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- [3] Mahadi, U. (2015). *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*. IPB Press.
- [4] Markarma, A. (2014). Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(1), 127–151.
- [5] Mubasyaroh, M. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 311–324. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398>
- [6] Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi (VIII)*. Mizan.
- [7] Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Muhammadiyah University Press Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [8] Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 03(02), 339–356.
- [9] Syukir, A. (1993). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Al-Ikhlas.
- [10] Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 1(1).