



Pengaruh Dakwah Akun @Bagussuhar dalam Media Sosial Instagram terhadap Akhlak Followersnya

Aji Wiryonegoro*

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

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 5/4/2022

Revised : 1/7/2022

Published : 8/7/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 1

Halaman : 51 - 56

Terbitan : Juli 2022

ABSTRAK

Akun instagram @bagussuhar termasuk kedalam kategori konten kreator berbasis dakwah, di dalamnya dipenuhi postingan video-video pendek yang sasaran objek dakwahnya ditujukan kepada followers remaja, agar meninggalkan perilaku kurang baik menjadi lebih baik dengan dakwah dubbing/voice over yang menggunakan visualisasi tokoh-tokoh animasi populer dikalangan para remaja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan rumusan masalah diantaranya, bagaimana konten dakwah tentang akhlak dalam akun @bagussuhar, dan bagaimana pengaruh dakwah akun instagram @bagussuhar terhadap akhlak followersnya. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah analisis statistik deskriptif. Langkah-langkah yang ditempuh dalam melakukan penelitian ini ialah menganalisis data dengan observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada followers akun @bagussuhar, kemudian mendeskripsikan hasil penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, dan uji regresi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa akhlak followers akun @bagussuhar dapat diperoleh berdasarkan hasil output analisisnya dari pengaruh dakwah akun @bagussuhar terhadap akhlak sebesar 87%. Kesimpulannya, Berdasarkan garis kontinum didapatkan hasil sebesar 9.060 berada pada kualifikasi/kategori sangat tinggi.

Kata Kunci : Pengaruh Dakwah; Instagram; Akhlak Followers.

ABSTRACT

The Instagram account @bagussuhar is included in the category of da'wah-based creator content, in which it is filled with short video posts whose objects of da'wah are aimed at teenage followers, in order to leave bad behavior for the better with a dubbing/voice over da'wah that uses visualization of figures animation is popular among teenagers. Based on the research conducted, the formulation of the problem was found, including how is the da'wah content about morality in the @bagussuhar account and how is the effect of da'wah on the @bagussuhar instagram account on the morals of its followers. The type of research used by the researcher is quantitative. The research method used by the author is descriptive statistical analysis. The steps taken in conducting this research were analyzing the data by observation, interviewing and distributing questionnaires to followers of the @bagussuhar account, then describing the results of the research, and the data analysis techniques used were validity test, reliability test, normality test, linearity test, and simple regression test. Based on the results of the study, the morals of the followers of the @bagussuhar account can be obtained based on the results of the analysis output of the influence of the preaching of the @bagussuhar account on the morals of 87%. In conclusion, based on the continuum line, the results obtained are 9,060 which are in the very high qualification/category.

Keywords : Influence of Da'wah; Instagram; Followers' Morals.

© 2022 Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Dewasa ini banyak pelaku dakwah yang berusaha untuk menyebarkan segala bentuk kebaikan dalam kehidupan yang mengandung nilai-nilai keislaman. Dakwah adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik (Aboebakar, 1971). Adapun ayat Al-Qur'an yang berkenaan dengan dakwah. Allah SWT berfirman:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah manusia ke jalan Tuhanmu dengan hikmah (*hujjah*) dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik” (QS. An-Nahl {16}: 125).

Dakwah Islam bertujuan untuk mengajak dan memberikan pengajaran tentang ke-Esaan Allah (*tauhid*) serta membimbing individu dan masyarakat menuju pada tatanan keshalehan pribadi dan keshalehan sosial. Dakwah juga membebaskan masyarakat dari pengaruh nilai-nilai syaithaniyah dan kejahiliah, menuju pada nilai-nilai Islam.

Saat ini kemajuan teknologi dan informasi sangatlah berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat sehari-hari. Dari sini terlihat bahwa media memiliki peran besar dalam penyampaian pesan agama, juru dakwah tidak harus bertatap muka langsung dengan masyarakat. Media dakwah merupakan suatu alat yang menjadi perantara seorang da'i (penyeru dakwah) untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u (penerima pesan dakwah). Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi memudahkan kita untuk mencari berbagai macam bentuk hiburan, informasi, berita, dan lain-lain melalui berbagai macam media, salah satunya melalui instagram.

Instagram adalah salah satu aplikasi yang digunakan sebagai sarana menyebarkan foto dan video. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi para penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena instagram yang dapat membuat foto menjadi lebih artistik dan menjadi lebih bagus. Saat ini bagi sebagian orang, aplikasi instagram menjadi salah satu media/ sarana untuk berdakwah. Melalui instagram pula mad'u (penerima pesan) dapat melihat pesan-pesan dakwah yang disajikan dalam bentuk foto dan video (Deslima, 2018). Fitur dalam video instagram pun dapat bervariasi, disesuaikan dengan tema, kreativitas dan durasi waktu (panjang atau pendek), sesuai dengan yang diinginkan kreator. Dalam menciptakan konten, para kreator juga membuat video dengan seformatif dan seefektif mungkin agar menarik dan dapat dipahami pesan-pesannya oleh para penonton.

Aplikasi instagram saat ini diminati oleh masyarakat pengguna media sosial, namun seiring dengan arus perkembangan zaman, sosial media ibarat pisau bermata dua yang bisa memberikan dampak positif atau negatif, terutama pada perilaku. Mengingat pengguna media sosial sebagian besar adalah anak remaja dan pada usia tersebut merupakan fase yang sangat penting bagi perkembangan emosional mereka.

Remaja mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi. Remaja (*dolesan*) merupakan masa transisi dari anak-anak menjadi dewasa (Santrock, 2007). Pada periode ini berbagai perubahan terjadi baik perubahan hormonal, psikologis, fisik, maupun sosial. Remaja pada hakikatnya sedang berjuang untuk menemukan jati dirinya sendiri, jika dihadapkan pada keadaan lingkungan yang kurang serasi penuh kontradiksi dan labil, maka akan mudalah kesengsaraan batin, penuh kecemasan, dan kebimbangan. Hal seperti ini yang menyebabkan remaja-remaja jatuh kepada kelainan-kelainan kelakuan yang membawa bahaya terhadap dirinya sendiri baik sekarang, maupun di kemudian hari (Actylena, 2018).

Remaja adalah salah satu sasaran dakwah di instagram, karena remaja merupakan pengguna yang cukup aktif dalam aplikasi instagram. Sekarang ini banyak remaja yang mencari berbagai informasi di media sosial instagram dan tak sedikit konten-konten yang membawa pada arus westernisasi yang semakin menjauhkan para remaja dari nilai-nilai keislaman. Dalam aplikasi instagram pun, banyak konten-konten yang tidak bermanfaat seperti memamerkan kemasyhuran, dan berpenampilan tidak baik, bahkan menghina orang sebagai bahan candaan di media sosial. Jelas konten-konten seperti ini pada hakikatnya membawa dampak buruk dalam segala kegiatan di aplikasi instagram.

Disamping banyaknya konten-konten negatif di instagram, maka harus diimbangi dengan adanya konten-konten yang memotivasi dan menginspirasi para remaja terhadap nilai-nilai keislaman. Oleh karena

itu, bagaimana caranya agar seorang konten kreator harus membuat konten positif untuk melawan pengaruh konten negatif yang tersebar di media sosial instagram.

Hingga saat ini akun @bagussuhar memiliki jumlah postingan sebanyak 208, memiliki 56.700 followers (pengikut) dan mengikuti 426 akun lainnya. Akun ini termasuk kedalam kategori konten kreator dalam instagram, karena di dalamnya dipenuhi oleh postingan video-video pendek yang mempunyai nilai seni, nilai dakwah yang tujuan dan sasaran objek dakwahnya ditujukan pada para remaja untuk mengenal lebih dalam mengenai ajaran keislaman terhadap para followers (pengikut).

Maka peneliti disini tertarik untuk meneliti terkait pengaruh akun dakwah dari seorang konten kreator di aplikasi instagram terhadap akhlak *followers*-nya. Salah satu adalah akun @bagussuhar yang menjadi fokus penelitian pada pesan dakwah yang menggunakan konten video-video pendek yang disesuaikan dengan kehidupan dan keadaan yang dialami para remaja. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul: "Pengaruh Dakwah Akun @bagussuhar dalam Media Sosial Instagram terhadap Akhlak *Followersnya*".

B. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dari populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *followers* akun @bagussuhar yang berjumlah 56.000. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 100 *followers* remaja. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif statistik.

C. Hasil dan Pembahasan

Sejarah Akun Instagram @bagussuhar

Asal mula terbentuknya akun instagram bernama @bagussuhar dibuat pada tahun 2018 oleh Bagus Suhartawan sebagai pemilik akun. Bagus Suhartawan membuat akun tersebut selayaknya pemuda pada umumnya dalam menggunakan media sosial instagram pribadinya, guna menunjukkan eksistensi diri. Namun, pada pertengahan tahun 2018, sebuah kesadaran untuk mengubah perilaku untuk menjadi lebih baik. Akun @bagussuhar juga sedikit berubah haluan, dimulai dengan memposting video-video bertema dakwah yang berdurasi satu menit, dengan tujuan utamanya adalah memberikan tontonan sekaligus tuntunan terhadap pengguna instagram. Hingga saat ini Bagus Suhartawan aktif di media sosial instagram dengan memposting konten video dakwah pada akun pribadinya.

Visi dan Misi

Target akhir Bagus Suhartawan dalam melaksanakan dakwahnya adalah untuk mendapatkan ridho Allah Subhanahu wa ta'ala, karena dakwah adalah kewajiban bagi setiap Muslim, maka perlu baginya untuk terus melangkah dalam menebar manfaat dan kebaikan melalui media sosial instagram sebagai ladang amal.

Pesan Dakwah Akun @bagussuhar

Pesan dakwah yang diunggah dalam video *dubbingnya*, menggunakan bahasa anak muda. Tujuannya agar para remaja bisa memahami pesan dan makna bahasa dalam seni berdialog yang disampaikan oleh pemilik akun @bagussuhar.

Konten Dakwah Akun Instagram @bagussuhar

Konten dakwah akun instagram @bagussuhar memiliki total 208 konten yang diunggahnya. Akun tersebut berfokus pada bidang konten dakwah yang dikombinasikan dengan metode *dubbing* atau biasa disebut *voice over*. Target dari akun instagram @bagussuhar adalah kalangan remaja yang belum hijrah dan baru hijrah.

Konsep *dubbing/voice over* yang diterapkan dalam akun @bagussuhar dengan cara mencari *scene* dari film animasi, kemudian disesuaikan dengan konsep dialog yang sudah disiapkan untuk menjadi bahan materi. *Scene* film yang menjadi dominan adalah animasi dari Jepang (anime), drama korea, dan drama dari film India.

Akun @bagussuhar menggunakan visualisasi yang sudah populer dikalangan target *audiensnya* serta memasukan humor kedalam *scene* (adegan) yang tidak terduga.

Ada beberapa pertimbangan yang digunakan akun @bagussuhar dalam menghasilkan kontennya yang bisa menjadi pusat perhatian pengguna media sosial instagram, yaitu sebagai berikut: (1) Pemilihan karakter dalam *scene* film yang sudah populer di kalangan banyak orang, khususnya remaja. (2) Pembuatan dialog yang memiliki selera humor. (3) Pembuatan kalimat yang mudah dipahami oleh *followers*.

Tabel 1. Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Akhlak	Between	(Combined)	9181.214	17	540.071	25.112	<.011
Followers *	Groups	Linearity	5961.450	1	5961.450	277.193	<.011
Akun		Deviation	3219.764	16	201.235	9.357	<.011
@bagussuhar		from Linearity					
	Within Groups		1763.536	82	21.507		
	Total		10944.750	99			

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2021

Dari *output* di atas dapat dilihat nilai Signifikansi sebesar $0.011 > \alpha = 0.05$ sehingga H_0 diterima. Karena H_0 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang linier antara variabel X (Akun Instagram @bagussuhar) dan variabel Y (Akhlak *Followers*). Uji asumsi klasik linearitas terpenuhi.

Tabel 2. Uji Regresi Sederhana

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	31.554	5.871		5.375	<.001
Akun @bagussuhar	1.542	.142	.738	10.828	<.001

a. *Dependent Variable: Akhlak Followers*

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2021

Dari *output* di atas dapat dilihat nilai Signifikansi, yaitu $0.001 < \alpha = (0.05)$, sehingga H_0 diterima. Karena H_0 diterima, maka Variabel X mempengaruhi Variabel Y secara signifikan.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.738 ^a	.545	.540	7.131	

a. *Predictors: (Constant), Akun @bagussuhar*
 b. *Dependent Variable: Akhlak Followers*

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2021.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R-Square) = 0,545, ini artinya bahwa variabel independen (X) dapat menjelaskan variabel dependen (Y). Artinya bahwa, model regresi pada persamaan ini cukup baik. Semakin tinggi nilai R-Square, maka semakin tinggi pula kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap perubahan variabel Y. Dapat dimaknai bahwa setiap perubahan variabel Y hanya dapat dijelaskan oleh variabel oleh variabel X sebesar 54,5%.

Tabel 4. Model regresi

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.554	5.871		5.375	<.001
	Akun @bagussuhar	1.542	.142	.738	10.828	<.001

a. *Dependent Variable: Akhlak Followers*

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2021.

Dari model tersebut terlihat bahwa variabel X memiliki nilai koefisien B sebesar 1,542. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Akun Instagram @bagussuhar cukup signifikan terhadap Akhlak Followersnya. Dalam uji regresi linier sederhana, uji asumsi yang harus dipenuhi yaitu, data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan linearitas. Pada model regresi ini, uji normalitas dan heteroskedastisitas terpenuhi serta linier.

Tabel 5. Kesimpulan dari Setiap Pengujian

Pengujian	Kesimpulan
Uji Validitas	1. Variabel X seluruh item dinyatakan valid 2. Variabel Y seluruh item dinyatakan valid
Uji Reliabilitas	1. Kuesioner X : reliabel 2. Kuesioner Y : reliabel
Uji Normalitas	Terpenuhi
Uji Linieritas	Terpenuhi
Koefisien Determinasi	54,5% (Variabel X dapat menjelaskan variabel Y sebesar 54,5%)

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2021.

Analisis

Dari perhitungan data variabel (X) yaitu, Pengaruh Pesan Dakwah Akun @bagussuhar, didapatkan interval skor sebesar 720 yang kemudian akan dibuat kinerja Sangat Tinggi (ST), Tinggi (T), Cukup (C), Rendah (R), Sangat Rendah (SR).



Gambar 1. Perhitungan Data Variabel (X)

Berdasarkan garis kontinum di atas, dapat diketahui bahwa skor pada variabel X didapatkan hasil 3.936. Ini berarti tanggapan dari interval tersebut berada pada kategori sangat tinggi (ST).

Dari perhitungan data variabel (Y) yaitu, Akhlak *Followers* @bagussuhar, didapatkan interval skor sebesar 1.680 yang kemudian akan dibuat kinerja Sangat Tinggi (ST), Tinggi (T), Cukup (C), Rendah (R), Sangat Rendah (SR).



Gambar 2. Perhitungan Data Variabel (Y)

Berdasarkan garis kontinum di atas, dapat diketahui bahwa skor pada variabel Y didapatkan hasil 9.060. Ini berarti tanggapan dari interval tersebut berada pada kategori sangat tinggi (ST). Hal ini mengindikasikan bahwa semua pernyataan-pernyataan dalam angket terlaksana dengan optimal. Pengaruh dakwah akun @bagussuhar dalam media sosial instagram memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap akhlak *followersnya*.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian yang pertama dakwah akun instagram @bagussuhar menggunakan konsep dubbing/voice over yang membahas tentang akhlak kepada Allah SWT, akhlak kepada Rasulullah Saw., akhlak kepada sesama manusia, dan akhlak kepada lingkungan/alam yang dikhususkan kepada kondisi remaja, seperti beriman kepada Allah, menumbuhkan rasa takut kepada Allah, senantiasa bertaubat dan menyesali perbuatan maksiat kepada Allah, senantiasa untuk mempelajari kisah teladan Rasulullah Saw., saling menasehati kepada sesama manusia apabila berbuat kesalahan, dan selalu menjaga kelestarian lingkungan/alam. Akhlak merupakan salah satu khazanah intelektual muslim yang kehadirannya hingga saat ini dirasakan dan sangat diperlukan. Akhlak secara teologis dan historis tampil untuk mengawal dan memandu perjalanan umat Islam agar bisa selamat di dunia dan akhirat (Aminah et al., 2021).

Dan kesimpulan yang kedua bahwa *followers* akun @bagussuhar dalam media sosial instagram mengalami atau merasakan perubahan pada akhlak yang meliputi akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap Rasulullah Saw., akhlak terhadap sesama manusia, dan akhlak terhadap lingkungan/alam, secara keseluruhan sebesar 87%. Berdasarkan garis kontinum didapatkan hasil sebesar 9.060 berada pada kualifikasi/kategori sangat tinggi.

Daftar Pustaka

- Aboebakar, A. (1971). *Sekitar Masuknya Islam Ke Indonesia*. Ramadhani.
- Actylena, S. (2018). *Pendidikan Karakter Ki Hajar Dewantara* (M. K. I. Publishing (ed.)).
- Aminah, S., Shaleh, K., & Suhendi, H. (2021). Pola Komunikasi Guru Ngaji dalam Membina Akhlak Remaja Yayasan At-Tibyan di Kelurahan Mekarsari. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 79–84. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.376>
- Deslima, Y. D. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung* (Vol. 7).
- Santrock, J. W. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.