



PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH MAHASISWA IAI AL-AZIS ANGKATAN 2017-2018

Nisa Ulfathonah^{1✉}, Achmad Abrory Arief², Ahmad Asrof Fitri³

^{1,2,3}Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

E-mail: rizalalfalah13@gmail.com^{1✉}, abrory.arief@iai-alzaytun.ac.id², asrof.fitri@gmail.com³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan instagram oleh Mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018 dan faktor pendukung dan penghambat apa saja dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah pada mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Proses wawancara menggunakan teknik sampel purposive sampling, dengan narasumber sebanyak 12 orang. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa IAI AL-AZIS angkatan 2017-2018 telah memiliki kecenderungan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Hal ini sejalan dengan uses and gratification theory yang digunakan untuk menyoroti alasan dibalik pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Dalam pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah, tentunya terdapat faktor pendukung maupun penghambat. Faktor pendukungnya sendiri secara umum dipengaruhi oleh motivasi diri (internal) dan juga kemudahan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk mendorong aktivitas dakwah mereka. Sedangkan faktor penghambatnya sendiri didominasi oleh alasan-alasan klasik seperti kurang memiliki waktu, mood yang tidak stabil, dan terutama juga keterbatasan ilmu di mana mahasiswa seringkali takut untuk berdakwah karena belum mampu melaksanakan apa yang didakwahkan tersebut.

Kata Kunci: *Mahasiswa, Media Dakwah, Pemanfaatan Instagram*

Abstract

The purpose of this study was to determine the use of Instagram by IAI AL-AZIS Students Class of 2017-2018 and what supporting and inhibiting factors in using Instagram as a medium for proselytizing in IAI AL-AZIS Students of 2017-2018. This research method uses a qualitative research approach with data collection techniques consisting of observation, interviews and documentation. The interview process used purposive sampling techniques, with a total of 12 speakers. The results showed that IAI AL-AZIS students of the 2017-2018 class had a tendency to use Instagram as a medium for proselytizing. This is in line with the uses and gratification theory used to highlight the reasons behind the use of Instagram as a medium for proselytizing. In the use of Instagram as a medium for proselytizing, of course, there are supporting and inhibiting factors. The supporting factors themselves are generally influenced by self-motivation (internal) and also the ease of features provided by Instagram to encourage their proselytizing activities. Meanwhile, the inhibiting factor itself is dominated by classical reasons such as lack of time, unstable mood, and especially also limited knowledge where students are often afraid to preach because they have not been able to carry out what is charged.

Keywords: *Da'wah Media, Students, Utilization of Instagram*

PENDAHULUAN

Di Era Modern ini Dakwah yang merupakan kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih (Aminudin, 2018). Agar tidak terkesan tertinggal zaman, Perkembangan dakwah sangat memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi dengan harapan dakwah dapat mudah diterima dan dijangkau oleh lebih banyak khalayak. Kemunculan internet membuat dakwah pada zaman sekarang tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian atau acara-acara peringatan hari Islam, dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta'lim maupun tempat ibadah muslim lainnya. Namun kini dakwah dapat dilakukan di manapun dan kapanpun, meski tanpa bertatap muka. Internet memberikan berbagai kemudahan dalam segala hal terutama dalam menyampaikan dakwah secara singkat, fleksibel dan luas. Dengan perkembangan yang pesat tersebut, muncul media baru yang disebut dengan media sosial.

Media sosial mempersilahkan siapa saja yang berminat untuk mengambil bagian dengan memberikan kritik dan keterbukaan, memberikan komentar, dan berbagi data dalam waktu yang cepat dan tanpa batas. Media dapat mempengaruhi kehidupan individu, terutama di kalangan anak muda yang dinamis melalui hiburan berbasis web atau dunia maya melalui telepon seluler (Putri et al., 2016). Salah satu media sosial yang banyak digemari adalah Instagram. Instagram adalah salah satu aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video, menerapkan filter digital dan membaginya ke berbagai layanan jejaring sosial, disertai fitur like dan comments, bahkan sekarang telah ditambah fitur baru yaitu IGTV. Layanan itu memungkinkan pengguna membuat dan menonton video berdurasi hingga 1 jam.

Instagram menjadi tempat hiburan virtual terbanyak keempat di Indonesia pada tahun 2020. Youtube adalah panggung yang paling sering terlibat untuk klien hiburan virtual di Indonesia. Tingkat klien yang mengakses Youtube mencapai 88%. Berikut yang paling sering mendapatkan hiburan berbasis web adalah WhatsApp sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram sebesar 79%. Waktu yang biasa dihabiskan oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan berbasis web adalah 3 jam 26 menit. Pelanggan dinamis mutlak dari hiburan berbasis web adalah 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia (Databoks, 2020).

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia termasuk pengguna aktif media sosial Instagram. Instagram sebagai media sosial yang berbasis gambar dan video, tentu menjadi media yang sangat luas untuk dimanfaatkan menjadi berbagai sarana. Ada yang menggunakan sebagai akun bisnis, akun hiburan, dan tidak terkecuali dakwah. Menurut Bohang, n.d.(2018) Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat layak dijadikan sebagai media dakwah. Bahkan pertumbuhan pengguna aplikasi istagram disebutkan mengalahkan facebook dan Snapchat, Instagram berhasil tembus pada angka 1 miliar per Juni 2018. Melalui Aplikasi ini kesempatan berdakwah saat ini semakin besar, karena siapapun berhak menyampaikan dakwahnya melalui akun pribadi mereka agar

dapat dilihat oleh orang lain. Hal ini juga dimanfaatkan mahasiswa yang dikenal sebagai agen perubahan dan memiliki ilmu diharapkan mampu menyampaikan dakwah dengan cara yang kreatif melalui media sosial.

Salah satu contoh mahasiswa yang telah memanfaatkan instagram sebagai media dakwah dengan membagikan konten yang bermanfaat seputar agama Islam yaitu Husain Basyaiban dan Nurul Azka. Husain Basyaiban adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Surabaya jurusan Ilmu Hadist. Saat ini akun @basyasman, telah memiliki pengikut atau followers sebanyak 1,3 JT. Gaya berbicaranya yang cepat menjadi ciri khas Husain ketika menyampaikan pesan dakwah. Dalam Instagramnya ia sering membagikan foto dan video dirinya yang diselipi pesan dakwah didalamnya meski kerap. Sementara, Nurul Azka adalah seorang mahasiswi jurusan Komunikasi penyiaran islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2015. Saat ini Nurul Azka pemilik akun @nunuzoo ini, telah memiliki pengikut atau followers sebanyak 434k. Melalui ide kreatifnya ia gemar membuat video bergenre komedi dengan diselipi pesan dakwah didalamnya, sehingga followers bukan hanya terhibur namun juga mendapatkan pengetahuan seputar islam.

Mahasiswa IAI AL-AZIS mayoritas mempunyai akun instagram seperti orang Indonesia pada umumnya, mereka memanfaatkan Instagram sebagai tempat atau wadah untuk membagikan postingan-postingan yang sifatnya umum sampai kepada hal yang pribadi. Beberapa mahasiswa aktif dan cukup rutin membagikan pesan dakwah, mulai dari akun ustadz terkenal yang mereka ikuti ataupun membuatnya sendiri. Bagaimana mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018 menggunakan instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan dakwah dan materi keislaman dan Apakah yang melatarbelakangi mahasiswa dan generasi muda aktif dalam memanfaatkan instagram sebagai media dakwah? Hal ini menjadi pertanyaan karena jarang sekali anak muda yang memanfaatkan media sosialnya untuk membuat dan membagikan pesan dakwah.

Berdasarkan uraian dan konteks penelitian tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih sejauh mana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah oleh mahasiswa khususnya pada mahasiswa IAI AL-AZIS angkatan 2017-2018.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan model deskriptif yang memusatkan perhatian pada masalah actual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini, tindakan kehadiran peneliti tidak hanya sebagai perencana, dan pengumpul data saja. Tetapi peneliti terlibat langsung dalam tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis akan mengamati dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan

penulis dalam penelitian pada Mahasiswa IAI ALAZIS Angkatan 2017-2018 yang menggunakan instagram sebagai media dakwah.

Populasi dalam penelitian adalah wilayah yang akan diteliti oleh peneliti. Seperti yang diungkapkan menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Maka dari itu, objek yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018. Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu mahasiswa yang sering mengunggah pesan-pesan dakwah dalam instastory atau Feed Instagramnya. Dari 394 mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018, hanya 95 mahasiswa yang mengisi kuesioner kemudian ditemukan 86 orang yang mempunyai instagram dan 9 orang tidak mempunyai instagram serta yang memenuhi kriteria pada penelitian ini sebanyak 12 orang maka sejumlah itulah yang dijadikan sampel.

Jenis data yang digunakan adalah ada data primer yang kemudian ditunjang dengan data-data sekunder. Adapun prosedur pengumpulan data yang digunakan meliputi proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun untuk analisis data, peneliti menggunakan analisis *interactive model* yang digagas Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan yakni reduksi data (pemilahan data yang telah dikumpulkan), penyajian data (menyajikan data yang sebelumnya telah dipilah), dan penarikan kesimpulan (menyimpulkan dna menyajikan temuan penelitian). Peneliti juga melakukan pengujian keabsahan data dengan teknik triangulasi demi memastikan apakah data-data yang dikumpulkan valid dan kredibel untuk disusun sebagai hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era Modern ini, tidak bisa dipungkiri Instagram merupakan sosial media yang masih sangat populer di Indonesia, mulai dari anak-anak, remaja maupun orang tua banyak yang menggunakan aplikasi tersebut. Menurut Databoks (2021) tercatat mayoritas pengguna instagram di Indonesia berumur 18-24 tahun, yaitu sebanyak 33,90 juta. dimana usia tersebut didominasi oleh mereka yang masih duduk di bangku perkuliahan termasuk juga mahasiswa KPI angkatan 2017-2018. Dari kuesioner yang disebar, ada 95 mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018 yang mengisi data untuk mengetahui jumlah mahasiswa yang akan menjadi objek penelitian.

Tabel 1. Jumlah Pengguna Instagram Mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018

No.	Keterangan	Jumlah
1	Mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018 yang didata	95
2	Mahasiswa IAI AL-AZIS Angkatan 2017-2018 yang memiliki akun instagram	86
3	Tidak mempunyai akun instagram	9

4	Akun yang sering mengupload pesan dakwah difitur feed dan story	12
---	---	----

Sumber: Observasi Peneliti (2022)

Data diatas menunjukkan 95 mahasiswa yang mengisi kuesioner kemudian ditemukan 86 orang yang mempunyai instagram dan 9 orang tidak mempunyai instagram serta 12 orang yang memenuhi kriteria pada penelitian ini. Maka sejumlah itulah yang dijadikan sampel. Berdasarkan Observasi Mahasiswa jarang menggunakan instagram sebagai media dakwah, berikut disajikan 12 akun mahasiswa IAI ALAZIS Angkatan 2017-2018 yang aktif share pesan dakwah:

Tabel 2. Daftar Narasumber Penelitian

Angkatan	Nama	Fakultas	Prodi	Akun Instagram
2017	Siti Saudah	Tarbiyah	Pendidikan Bahasa Arab	@diaryssh.id
	Juliana Noviana			@juullia16
	Sidrotul Munjahidah			@sahara.alfzh
	Lathifah Insani			@thifah_ins
	Fitria Al Munawar	Syariah	Hukum Ekonomi Syariah	@fitrialmnwr_
	Aqlia Ismi Asqiah	Dakwah	Manajemen Dakwah	@aqliaism
	Jihan Zahratul Layyina			@jihanlayyina23
2018	Ariane Nafila	Tarbiyah	Pendidikan Bahasa Arab	@its.ariane
	Annisa Fitriani		Pendidikan Guru Madrasah Ibtida'iyah	@annisafitriana_14
	Anis Hamidah	Syariah	Hukum Ekonomi Syariah	@hamidahanis_15
	Laeli Harfianti AlGhifari		Hukum Tata Negara	@laelialghifari
	Inas Nabilatul	Dakwah	Komunikasi Penyiaran Islam	@inas_nabilaa

Sumber: Observasi Peneliti (2022)

Kecenderungan Mahasiswa Menggunakan Media Sosial Instagram dalam Berdakwah

Dalam konteks teori *uses & gratification*, teori ini bisa digunakan untuk menganalisis kecenderungan pengguna media terhadap suatu media dan alasan mereka memilihnya, termasuk diantaranya adalah konten dakwah. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa seluruh responden setuju bahwa penggunaan media sosial instagram untuk berdakwah yang dilakukan oleh generasi muda (khususnya mahasiswa) adalah sesuatu yang perlu dilakukan. Responden beranggapan bahwa aktivitas ini merupakan aktivitas yang sangat baik guna keberlangsungan dakwah itu sendiri. Seperti kita ketahui bersama bahwa

dakwah adalah salah satu jalan pengingat kebaikan untuk umat manusia, khususnya umat muslim. Respon positif ini sejalan dengan fakta dilapangan bahwa masih sedikitnya anak muda yang melakukan aktivitas serupa. Dimana, kepemilikan akun instagram (personal) jarang difungsikan untuk aktivitas dakwah atau syiar agama islam. Berbagai alasan pun melandasi hal ini. Mulai dari rasa minder karena menganggap dirinya belum memiliki kapasitas yang mumpuni untuk melakukan syiar agama, hingga tidak memiliki kemampuan untuk membuat desain konten dan keterbatasan waktu yang dimiliki. Terlebih bagi generasi muda yang sedang melakukan studi (mahasiswa) dengan banyaknya tugas yang diembannya. Padahal, kondisi seperti ini tidak perlu lagi menjadi alasan untuk membatasi kesempatan mereka melakukan dakwah. Justru dengan melakukan aktivitas dakwah meski dalam konteks “sederhana” melalui media sosial.

Anak muda yang memanfaatkan media Instagram tidak hanya untuk hiburan semata melainkan juga untuk syiar islam merupakan suatu langkah yang luar biasa. Hal ini mengisyaratkan bahwa sudah banyak anak muda khususnya mahasiswa yang secara khusus mendalami ilmu agama di perguruan tinggi yang aware terhadap tugas dakwah yang seharusnya tidak hanya berada di pundak para ustadz maupun ulama. Anak muda dengan beragam poin plus-nya yaitu semangat dan pemikiran kreatif diharapkan mampu mengemas dakwah digital menjadi lebih menarik. Dengan demikian diharapkan akan semakin banyak yang tertarik untuk mempelajari islam lebih mendalam.

Tidak hanya bertindak sebagai seseorang yang menyebarkan syiar islam dalam konteks dakwah digital, mahasiswa atau generasi muda dapat juga saling menggali ilmu tentang agama islam melalui media social, khususnya Instagram. Hal ini semakin didukung dengan adanya fitur question box yang ada di instastory Instagram. Melalui sarana ini, mahasiswa dapat terus meng-upgrade ilmu keagamaan mereka dengan cara membuka forum diskusi mengenai topik-topik seputar islam. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa semua responden memiliki kesadaran yang baik dalam hal memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Meskipun mereka saat ini tengah menyandang status sebagai mahasiswa. Hal ini tercermin dari tindakan mereka yang dengan sederhana terus berupaya melakukan salah satu aktivitas mulia ini. Sebut saja dengan membuat kutipan kata-kata motivasi islami dari beberapa dai atau ustadz kondang di tanah air yaitu Ustadz Adi Hidayat maupun Khalid Basalamah maupun dari buku bacaan di bangku perkuliahan, hadist maupun ayat-ayat AL-Qur’an. Mereka sangat fungsional memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti instastory, feed maupun reels. Selain itu, saat memposting foto di feed mereka tidak lupa membubuhi unsur-unsur dakwah di fitur caption yang disediakan oleh Instagram.

Tidak hanya membuat konten sederhana seperti diatas yang membutuhkan effort lebih, action lain yang bisa dilakukan adalah hanya dengan me-repost konten-konten dakwah yang sudah ada di akun lain seperti akun dakwah @tausiyahku_, @sahabatmuslih, @pecintaquran, @rumahsyo @muhammadnuzuldzikri, @khalidbasalamahofficial, @beranda_islam, @remajahijrah_id, @maubenerbareng, @jurnal.islam dan sebagainya. Semua repost konten-konten tersebut bisa dibuatkan highlight (sorotan) sehingga tidak

akan hilang dalam kurun waktu 24 jam sebagaimana ketentuan fitur instastory yang ada pada Instagram. Tentunya hal ini dapat memudahkan bagi followers atau siapa saja yang ingin melihat konten-konten dakwah tersebut dilain waktu. Tentunya, tindakan-tindakan sederhana seperti ini sangat berarti, baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Bagi dirinya sendiri, hal ini dapat berguna sebagai reminder atau pengingat diri. Sedangkan untuk orang lain, Tindakan ini bermanfaat untuk terus menjadi pengingat bagi orang lain yang melihatnya ketika sedang futur atau lemah imannya. Hal ini sesuai dengan respon responden penelitian ini bernama Sidrotul Munjahidah saat ditanya terkait kesadarannya sebagai mahasiwa dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dan generasi muda telah memiliki kecenderungan yang baik dalam memanfaatkan media sosial Instagram dalam melakukan aktivitas dakwah. Dakwah yang mereka lakukan pun sesuai dengan kapasitasnya masing-masing, mulai dari yang disertai effort dengan membuat desain konten berisi quotes atau kutipan-kutipan ceramah dari para ustadz seperti Ustadzah halimah alaydrus, Ustadz hanan attaki, Ustadz Adi Hidayat, atau Khalid Bassalamah, Syekh Ali Jaber maupun dari hadist, AL-Qur'an atau sumber lain, hingga hanya sebatas merepost muatan-muatan dakwah dari beberapa akun besar yang sudah mashur di kalangan masyarakat dunia maya terkait konten dakwahnya. Sebuah milestone yang luar biasa dalam mewarnai geliat perkembangan dunia maya (digital) mengingat keberadaan media social seperti Instagram lebih didominasi dengan tujuan hiburan atau hubbuddunya yang bisa saja menjauhkan umat islam dari Rabb-nya.

Faktor Pendukung Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Berdakwah oleh Mahasiswa

Segala tindak-tanduk yang manusia lakukan, tentunya tidak akan pernah luput dari determinan yang mempengaruhinya. Tidak terkecuali dalam urusan berdakwah yang dilakukan dalam rangka untuk "berdiri" memperjuangkan agama. Terlebih dalam konteks ini, subjek yang menjadi sorotan utama adalah generasi muda atau mahasiswa yang berada pada rentang masa mencari jati diri. Godaan pasti terus menghampiri ditengah-tengah massive-nya perkembangan teknologi informasi dan pemanfaatan media sosial untuk urusan agama. Berdasarkan hasil penelitian kepada para responden, faktor pendukung dalam menggunakan media sosial Instagram dalam berdakwah oleh mahasiswa secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi dua.

Pertama, faktor internal yaitu faktor yang berasal dari diri sendiri seperti motivasi dan tujuan individu tersebut dalam berdakwah di media sosial. Keinginan pribadi yakni keinginan untuk menebar kebaikan kepada sesama dan menjadikan diri lebih bermanfaat untuk orang lain dan utamanya untuk diri sendiri, serta menjadi tabungan pahala untuk diakhirat kelak. Motivasi dan tujuan ini bisa saja untuk meredam konten-konten kebatilan yang secara terang-terangan. Dengan kondisi seperti ini, sangatlah tidak etis jika mahasiswa sebagai seseorang yang digadang-gadang sebagai agent of change hanya diam terpaku tanpa menyuarakan kebenaran. Dengan sematan tersebut, menjadi lumrah jika pemanfaatan

media sosial menjadi salah satu bentuk resiliensi terhadap kemajuan teknologi dan sebagai bentuk menerapkan prinsip "manfaatkan sarana yang ada untuk berdakwah".

Berbicara terkait faktor internal, kemauan dan krentek dari dalam hati juga memiliki andil besar sebagai faktor pendukung dalam berdakwah. Salah satunya adalah telah tercapainya hidayah bagi generasi muda untuk merasakan indahnya islam sehingga muncul suatu desire untuk menyebarkan ajaran-ajaran agamanya. Karena hidayah dan taufik dari Allah, niat yang kuat dari dalam diri ingin mendakwahkan Islam, serta lingkungan dan teman yang mendukung untuk lebih mengenal dan mendakwahkan Islam. Sebagaimana dalam hadist Rasulullah pernah menganjurkan setiap muslim untuk selektif dalam memilih teman;

“Perumpamaan teman yang baik dan yang jahat seperti orang yang membawa minyak wangi dan pandai besi. Yang membawa minyak wangi, boleh jadi dia memberimu atau kamu membeli darinya atau paling tidak kamu mendapatkan harumnya. Adapun tukang pandai besi, boleh jadi bajumu terbakar karenanya, atau kamu mendapatkan bau busuk darinya”
(HR. AlBukhari dan Muslim)

Jadi jika ada teman yang suka menyebarkan dakwah, maka ada saja yang ikut terpengaruh untuk berdakwah. Selain itu, ada pula beberapa faktor yang mendukung penggunaan Instagram dalam media dakwah. Kedua, faktor eksternal pendukung pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana berdakwah oleh mahasiswa yaitu fakta bahwa Instagram adalah media sosial dengan pengguna terbanyak (Top 5) dengan 1,48 miliar pengguna aktif setelah Facebook, Youtube dan Whatsapp. Faktor pendukung lainnya adalah keunggulan Instagram dari sisi fitur yang *user friendly (applicable)*. Hal ini tercermin dari kemudahan penggunaan fitur yang disediakan oleh Instagram.

Selain dari sisi kemudahan fiturnya, Instagram dapat menjadi salah satu opsi penyampaian dakwah dengan cara yang lebih menarik karena konsep media sosial ini yang berbasis audi visual. Tentunya konsep ini lebih digemari anak muda kekinian dan karena berada pada media digital tentunya konten dakwah tersebut tidak akan mudah hilang. Benefit lain dari penggunaan media digital (sosial media) dalam melakukan aktivitas dakwah adalah fakta bahwa digitalisasi dapat merambah semua kalangan, tidak terbatas waktu, tempat dan kalangan karena dengan adanya digitalisasi konsep masyarakat menjadi borderless. Dengan demikian akan lebih menjangkau banyak kalangan mulai dari anak-anak hingga orang tua sehingga peluang meng-share konten dakwah akan lebih luas/besar. Selanjutnya, keberadaan lingkungan yang mendukung dalam memanfaatkan Instagram juga tidak kalah menentukan keputusan para mahasiswa atau generasi muda untuk berdakwah dan tergabung dalam circle hijrah maupun dakwah di lingkup komunitas.

Faktor Penghambat Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah oleh Mahasiswa

Selain faktor pendukung, analisis kecenderungan pengguna media terhadap suatu media dan alasan mereka memilihnya menurut teori uses & gratification juga dapat ditelaah berdasarkan faktor penghambatnya. Dalam hal ini faktor penghambat yang dimaksud

adalah faktor penghambat penggunaan media dalam tujuan melakukan dakwah oleh mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara kepada para responden penelitian dapat diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang menghambat pemanfaatan sosial media instagram untuk berdakwah. Faktor dominan dalam menghambat pemanfaatan sosial media instagram adalah berasal dari dalam diri mereka sendiri, yaitu merasa belum memiliki kapasitas yang mumpuni dalam melakukan dakwah di dunia maya, sulit menentukan jadwal atau membagi waktu dengan studinya hingga merasa malu dan tidak percaya diri untuk berdakwah.

Sama halnya dengan faktor pendukung pada paparan sebelumnya, secara garis besar faktor penghambat juga dapat diklasifikasikan menjadi faktor internal dan eksternal. Pertama, faktor internal dapat berupa sifat perfeksionis atau ingin terlihat sempurna ketika membuat konten dakwah. Hal ini tentunya memiliki dampak berupa perilaku menunda-menunda meng-upload konten dakwah tersebut hanya untuk memberi makan “ego” agar terlihat sempurna. Perilaku menunda-nunda ini bisa jadi bermuara pada tidak jadinya melakukan dakwah di Instagram karena terus menunggu kesempurnaan yang diharapkan dan bisa jadi tidak akan pernah tercapai. Karena hakikatnya kesempurnaan bukan milik makhluk tapi kesempurnaan itu hanya milik Sang Pencipta.

Selanjutnya, seperti telah disampaikan diawal bahwa kebanyakan mahasiswa sebagai generasi muda masih belum memiliki manajemen waktu yang baik. Hal ini tercermin dari kesulitan mereka membagi waktu untuk studi maupun aktivitas lain diluar studi. Misalnya saja membuat konten untuk berdakwah di sosial media Instagram. Alasan klasik mereka selalu sama yaitu tidak memiliki waktu yang cukup karena padatnya aktivitas perkuliahan atau kesibukan lain. Selain padatnya kesibukan, faktor internal yang menghambat adalah perbedaan skill yang mereka miliki untuk memproduksi konten dakwah di Instagram.

Kedua, faktor eksternal yang menghambat penggunaan media sosial Instagram untuk berdakwah adalah dari sisi biaya. Dengan menggunakan dunia digital maka akan berbanding lurus dengan pemanfaatan internet. Butuh kuota internet yang tidak sedikit hanya untuk mengakses media sosial Instagram, sehingga hal ini pastinya akan bersinggungan dengan biaya membeli kuota internet itu sendiri. Selain masalah biaya, koneksi jaringan internet juga harus stabil (lancar) agar memudahkan dalam mengakses atau mengupload konten dakwah di Instagram. Bersinggungan dengan teknologi, pasti tidak akan pernah luput dari proses upgrade media sosial itu sendiri. Sebut saja perubahan cara kerja engagement atau algoritma Instagram sejak tahun 2022. Dimana, jangkauan konten dakwah yang telah kita buat kepada user Instagram lain (atau kepada followers) ditentukan oleh frekuensi penggunaan atau akses atas akun Instagram kita dalam sehari.

Menjamurnya akun-akun bermuatan dakwah menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi generasi muda (mahasiswa). Hal ini berkaitan erat dengan keterbatasan ilmu yang mereka miliki, sehingga mereka perlu selektif dan berhati-hati dalam mengutip muatan dakwah untuk dijadikan konten dakwah atau untuk di repost di instagramnya. Tentunya proses seleksi tersebut membutuhkan waktu yang tidak sebentar dengan demikian

informasi dan dalil-dalil tentang agama yang mereka dapatkan untuk materi dakwah di instagramnya sesuai dengan tuntunan AL-Qur'an dan Hadist. Selain berkepentingan untuk membuat konten dakwah, tentunya mereka memiliki tanggung jawab moral yang tinggi untuk menyebarkan informasi keagamaan yang kredibel.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa IAI-AL AZIS Angkatan 2017-2018 yang menjadi responden penelitian ini telah memiliki kecenderungan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Hal ini tercermin salah satunya dari cukup tingginya kesadaran mereka dalam mengfungsikan Instagram mereka tidak hanya untuk personal space-nya, namun juga untuk aktivitas yang bermanfaat seperti dakwah. Reaksi mereka pun sangat bagus saat ditanya tanggapan mereka terkait fenomena anak muda yang melakukan dakwah melalui media sosial Instagram. Hal ini karena jarang sekali anak muda yang memanfaatkan media sosialnya untuk share video dakwah khususnya bagi mahasiswa Jurusan KPI Fakultas dakwah IAI AL-AZIS yang sudah seharusnya dituntut untuk dapat memanfaatkan semua media sosial khususnya instagram sebagai media dakwah.

Pemilihan Instagram sebagai media dakwah bukan tanpa alasan. Berdasarkan Laporan Napoleon Cat, tercatat, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta. Rinciannya, sebanyak 19,8% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,5% merupakan laki-laki. Dimana rentang usia 18-24 tahun ini merupakan rentang usia mahasiswa yang tengah melakukan studi di bangku perguruan tinggi. Dengan demikian, hal ini berarti bahwa internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi generasi milenials untuk komunikasi dan aktualisasi diri. Dengan fasilitas berupa platform yang cukup powerful ini, sudah sewajarnya jika generasi milenial dituntut untuk memiliki ide yang kreatif dan inovatif, terutama dalam hal dakwah.

Menurut Ummah (2020), Internet menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat era digital. Dengan internet, sekat-sekat jarak dan waktu yang dulu menjadi kendala sekarang sudah mulai pudar seiring dengan pertumbuhan pengguna internet yang semakin bertambah. Hal ini selaras dengan ramalan Herbert Marshall McLuhan bahwa teknologi itu menyatukan. Dalam buku Guttenberg Galaxy, McLuhan (1962) meramalkan bahwa fenomena saling ketergantungan secara elektronik, yang belum terjadi sebelumnya, akan menciptakan dunia dalam imajinasi global village. Global village sebagai suatu tatanan kehidupan baru yang mengabaikan batas geografis, budaya, politik, maupun ekonomi, dan menekankan pada arus informasi dan komunikasi. Akibatnya, manusia bisa berinteraksi ke hampir seluruh penjuru dunia, hampir-hampir tanpa biaya, serta kecanggihan teknologi tersebut mendekatkan dan tanpa jarak. Berdasarkan fakta tersebut, sudah seharusnya dakwah di masa sekarang perlu dilakukan secara modern, dalam artian mengikuti perkembangan zaman. Kini generasi milenial harus berperan aktif, serta dapat menyeimbangkan antara ilmu agama dan pengetahuan umum. Generasi milenial itu sendiri hadir dengan beragam keunikannya. Mereka memiliki karakteristik

yang unik mencakup rasa ingin tahu yang tinggi, adaptif, responsif, serta keinginan untuk mendapatkan sesuatu secara instan. Karakteristik yang unik tersebut harus dimanfaatkan untuk hal yang baik, khususnya untuk berdakwah. Dakwah sudah seharusnya disampaikan secara tidak monoton. Apabila dikemas dengan baik akan menjadi dakwah yang menarik dan banyak diminati khalayak umum. Contohnya saja melakukan aktivitas dakwah dengan memanfaatkan sosial media Instagram.

Eksistensi mahasiswa sebagai *agent of change* dibalut dengan semakin berkembangnya teknologi akan memberikan massive impact di dunia keagamaan. Pergeseran sarana berdakwah dari yang hanya secara offline menjadi secara online melalui pemanfaatan teknologi, seperti sosial media instagram, akan lebih mempermudah umat muslim dalam melakukan upgrade ilmu keagamaan. Pun, melalui fasilitas digital ini, dapat dikatakan bahwa kewajiban moril mahasiswa untuk membagi keilmuan yang didapatkannya sebagai seorang akademisi akan menjadi lebih murah dan mudah. Hal ini sesuai dengan pendapat Ummah (2020) dimana terkait dengan kehidupan keagamaan, dengan munculnya internet dan sosial media, referensi ilmu keagamaan menempatkan internet sebagai rujukan. Dengan internet referensi ilmu keagamaan menjadi lebih terbuka, tentunya masyarakat urban middleclass millennials yang memiliki pemikiran terbuka dan rasional menjadikan internet sebagai alternatif sumber ilmu.

Keberadaan lingkungan yang mendukung dalam memanfaatkan Instagram juga tidak kalah menentukan keputusan para mahasiswa atau generasi muda untuk memanfaatkan Instagram dalam berdakwah dan tergabung dalam circle hijrah maupun dakwah di lingkup komunitas secara virtual. Menurut Quartermen dan Mitchell dalam Suzan Herning (Alyusi, 2016:28), komunitas virtual merupakan bagian dari manfaat adanya internet. Pertama, internet sebagai media komunikasi: setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia. Kedua, media pertukaran data: dengan menggunakan email, newsgroup, www, jaringan situs-situs web dan pengguna internet dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah. Ketiga, media untuk mencari informasi atau data: perkembangan internet yang pesat menjadikannya sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat. Keempat, manfaat komunitas: internet membentuk masyarakat baru yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas virtual ini pengguna internet dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Tentunya, dalam konteks keagamaan komunitas virtual ini dapat tercipta sebagai implikasi positif atas keputusan mahasiswa atau generasi muda dalam memanfaatkan instagram dalam menyebarkan syiar islam (dakwah).

Meski demikian, pemanfaatan media sosial instagram sudah sepatutnya dilakukan dengan mempertimbangkan banyak hal. Itulah mengapa sesuai dengan *uses & gratification theory*, dimana fokus utama teori ini menyoroti alasan dibalik pemanfaatan media sosial untuk tujuan tertentu yaitu dakwah. Menurut Amin (2013:97) terdapat beberapa faktor yang penting diperhatikan dalam memilih metode dakwah yang paling tepat termasuk dalam hal pemilihan sarana berdakwah (media dakwah) untuk digunakan menyampaikan pesan

dakwah, di antaranya: apa tujuan dari berdakwah dengan metode ini, siapa sasaran dakwah, bagaimana situasi dan kondisi baik pendakwah maupun mitra dakwah, media apa yang digunakan dan fasilitas apa yang disediakan, dan seberapa tinggi kemampuan pendakwah (orang yang melakukan dakwah) dalam memahami keilmuan dakwahnya maupun penguasaan materi. Pada praktiknya, beberapa mahasiswa IAI AL-AZIS angkatan 2017-2018 yang menjadi responden penelitian masih belum sistematis mempersiapkan itu semua.

Dalam praktik pemanfaatan Instagram khususnya untuk aktivitas dakwah, mahasiswa IAI-AL AZIS Angkatan 2017-2018 menemui serangkaian faktor pendukung. Secara garis besar faktor pendukung dapat digeneralisasikan berupa faktor internal yaitu motivasi dari dalam diri untuk melakukan aktivitas dakwah itu sendiri seperti keinginan untuk menebar kebaikan kepada sesama, menjadikan diri lebih bermanfaat untuk orang lain serta menjadi tabungan pahala untuk diakhirat kelak dan faktor eksternal yaitu kemudahan fitur Instagram juga turut menambah porsi faktor yang mendukung mahasiswa IAI ALAZIS Angkatan 2017-2018 dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana berdakwah.

Selain faktor pendukung, terdapat pula faktor penghambat aktivitas dakwah yang dilakukan mahasiswa IAI-AL AZIS Angkatan 2017-2018 dengan menggunakan media sosial Instagram. Setelah ditelaah mendalam, dapat ditarik benang merah bahwa alih-alih mendominasi, faktor pendukung justru masih kalah dari faktor penghambat yang mereka rasakan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Alasan klasik mereka selalu sama yaitu tidak memiliki waktu yang cukup karena padatnya aktivitas perkuliahan atau kesibukan lain. Selain itu, faktor mood atau suasana hati mahasiswa manajemen waktu yang masih berantakan hingga mahasiswa yang merasa tidak cukup kreatif untuk memproduksi konten dakwah juga mempengaruhi dalam membuat atau men-share konten dakwah di instagramnya. Dari keseluruhan faktor yang ada, keterbatasan ilmu masih menjadi faktor penghambat dominan dalam melakukan dakwah di instagram. Beberapa mahasiswa mengaku masih terbatas ilmu yang dimiliki sehingga kesulitan menentukan topik apa yang akan dibahas. Meski demikian, faktor pendukung maupun penghambat yang melatarbelakangi mahasiswa atau generasi muda dalam memanfaatkan instagram ditentukan oleh alasan masing-masing individu

KESIMPULAN

Responden dalam penelitian ini yang merupakan mahasiswa IAI AL-AZIS angkatan 2017-2018 telah memiliki kecenderungan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Hal ini sejalan dengan *uses and gratification theory* yang digunakan untuk menyoroti alasan dibalik pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah. Temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa hanya beberapa responden yang memahami teori ini dengan cukup baik. Faktor pendukung pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah sendiri secara umum dipengaruhi oleh motivasi diri (internal) dan juga kemudahan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk mendorong aktivitas dakwah mereka. Faktor penghambat

pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah didominasi oleh alasan-alasan klasik seperti kurang memiliki waktu, mood yang tidak stabil, dan terutama juga keterbatasan ilmu di mana mahasiswa seringkali takut untuk berdakwah karena belum mampu melaksanakan apa yang didakwahkan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Kencana.
- Amin, S. M. (2013). *Ilmu Dakwah*. Amzah.
- Aminudin, A. (2018). Media Dakwah. *Al-Munzir*, 9(2), 192–210.
- Bohang, F. K. (n.d.). *Pengguna Aktif Instagram Tembus 1 miliar*.
- Databoks. (2020). *No Title*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal KS Riset & PKM*, 3(1).
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Ummah, A. H. (2020). *Dakwah Digital dan Generasi Milenial: Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Nusantara*. 18(1).