

Media Sosial *Instagram* Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa

Siti Aisyah Artina Febriyani, Juni Wati Sri Rizki, dan
Nurfitriani M Siregar

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Email: aisyahartina@gmail.com, nurfitrianisiregar@uinsyahada.ac.id dan
juniwatisririzki@gmail.com

Abstract

This research was made with the aim of seeing what kind of use of social media instagram as a means of da'wah and what are the reasons for students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, class of 2020-2021, Faculty of Da'wah and Science. Islamic Communication and Broadcasting Study Program class of 2020-2021 Faculty of Da'wah and Science Communication State Islamic University Sheikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. The method used used in this study is descriptive qualitative using a phenomenological approach. analysis used in this research is the Uses and Gratifications theory. Gratifications theory. The results of this study show that students use Instagram as a means of da'wah. In the process of using Instagram as a means of da'wah, it can be in the form of stories with captions containing preaching messages, reposting preaching messages through instastory, and uploading photos or videos with captions that contain preaching messages. The underlying reason for students. Students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program use Instagram social media as a means of da'wah is that Instagram displays interesting features, a fairly wide range, and a wide range of social media, features, a fairly wide range, and Instagram is not bound by time is not bound by time.

Keywords: Means of Da'wah, Students, Social Media, Instagram

Abstrak

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk melihat seperti apa penggunaan media sosial *instagram* dijadikan sebagai sarana dakwah dan apa saja alasan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020-2021 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Pisau analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah. Dalam proses penggunaannya *Instagram* sebagai sarana dakwah dapat berupa *story* dengan *caption* yang memuat pesan dakwah, *merepost* pesan dakwah melalui *instastory*, dan menggunggah foto atau video dengan *caption* yang memuat pesan dakwah. Alasan yang mendasari Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sarana dakwah ialah *Instagram* menampilkan fitur yang menarik, jangkauan yang cukup luas, dan *Instagram* tidak terikat oleh waktu.

Kata kunci: Sarana Dakwah, Mahasiswa, Media Sosial, *Instagram*

A. PENDAHULUAN

Zaman yang serba canggih seperti sekarang ini, media sosial menjadi kebutuhan utama bagi banyak orang. Tidak jarang kita selalu terhubung dengan dunia luar melalui media sosial. Berbagai hubungan manusia terjalin dengan orang yang sudah kita kenal, saudara, kerabat atau pihak yang tidak kita kenal bisa kita ketahui melalui dunia maya. Perkembangan teknologi yang pesat di bidang komunikasi telah melahirkan banyak inovasi dan ide-ide baru, ide-ide yang ditujukan untuk memudahkan proses komunikasi, membuat manusia menjadi lebih efisien. Berkomunikasi melalui media sosial membuat proses komunikasi menjadi lebih mudah.¹

Perkembangan teknologi komunikasi telah merubah cara orang berkomunikasi. Saat ini, hampir setiap orang menggunakan internet dalam mengirim, mencari, dan membaca informasi. Adanya internet mempercepat penyebaran pesan termasuk juga pesan dakwah. Dakwah yang dulunya dilakukan secara langsung sekarang ini dapat dilakukan kapan saja melalui media sosial²

Sesuai dengan misinya sebagai *rahmatan lil alamin* Islam harus ditampilkan dengan wajah yang menarik supaya umat lain beranggapan dan mempunyai pandangan bahwa kehadiran Islam bukan sebagai ancaman bagi eksistensi mereka melainkan pembawa kedamaian dan ketentraman dalam kehidupan mereka sekaligus sebagai pengantar menuju kebahagiaan kehidupan dunia dan akhirat.

¹ Ulya Dinillah and Aka Kurnia SF, "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam Dan @harakahislamiyah)," *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science* 1, no. 1 (2019): 54–67, <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v1i1.411>.

² Febri Nurrahmi and Puteri Farabuana, "Efektivitas Dakwah Melalui Instagram," *Nyimak: Journal of Communication* 4, no. 1 (2020): 1, <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>.

Dakwah secara umum dikenal sebagai kegiatan mengajak kebaikan dan meninggalkan keburukan. Dakwah dalam bahasa Indonesia berarti ajakan atau himbuan. Hal ini menghasilkan dakwah sebagai aktivitas sosial Islam yang mengarah pada pemulihan standar nilai-nilai kemanusiaan yang unggul, baik dalam perilaku eksklusif maupun dalam hubungan antar manusia.³

Jadi, dapat dikatakan bahwa dakwah merupakan kegiatan yang mengajak kebaikan dengan tujuan agar para sahabat dakwah mengikuti apa yang disampaikan da'i dan menjadi pribadi yang baik menurut ajaran Islam. Dakwah dalam praktiknya membutuhkan unsur-unsur yang harus dipenuhi. Unsur-unsur dakwah meliputi da'i (subjek dakwah), mad'u (mitra dakwah), pesan dakwah, metode dakwah, media, dan efek dakwah. Dalam hal ini, *Instagram* termasuk kategori media dakwah⁴

Sejak awal, *Instagram* sudah menarik perhatian dunia. Ada pengguna berdasarkan seluruh lapisan masyarakat. Mayoritas pengguna *Instagram* adalah mahasiswa. Pemilihan *Instagram* sebagai sarana komunikasi tentunya tidak terlepas darilayanan yang ditawarkan oleh *Instagram*. Tingginya penggunaan *Instagram* oleh mahasiswa cukup menarik untuk ditunjukkan, hal ini penting untuk diketahui mengingat mahasiswa menempati posisi yang strategis dalam kehidupan masyarakat.⁵

Perkembangan ilmu teknologi pada zaman sekarang tidak dapat kita pungkiri lagi, sebab perkembangan ini banyak membantu manusia dalam menghadapi segala permasalahan dalam hidup. Semua masyarakat bisa mengetahui apa yang sedang terjadi di penjuru dunia ini dengan lebih cepat, bahkan berita di luar negeri pun juga sangat mudah di akses akibat perkembangan teknologi yang sangat maju ini. Hampir keseluruhan wilayah di dunia ini sudah tersentuh

³ Abdullah, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2009).

⁴ Welhendri Azwar, *Sosiologi Dakwah, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., vol. 3, 2020, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

⁵ Luthfi Ulfa Ni'amah dan Sukma Ari Ragil Putri, "Da'i Dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Komunikasi Islam* 09, no. 2 (2019): 264–90.

jaringan media, sehingga desa global bisa sangat dimungkinkan untuk kemunculannya.⁶

Dalam menyampaikan dakwah harus menggunakan media. Kemunculan berbagai macam media memberi kemudahan untuk menjangkau masyarakat secara luas. Media yang digunakan untuk berdakwah bermacam-macam, media audio yaitu yang hanya menggunakan suara untuk didengarkan, media visual yaitu media yang menggunakan gambar dan tulisan yang hanya bisa dilihat serta media audio visual media yang menggunakan suara dan gambar yang bisa dilihat dan didengar. Tentu media audio visual yang banyak digunakan seseorang untuk berdakwah karena lebih mudah dan cepat ditangkap oleh sasaran dakwah, melihat dan mendengar lebih berkesan dari pada hanya melihat atau mendengar saja. Salah satu media dakwah yang digunakan adalah media sosial, yang memberikan berbagai kemudahan, lebih cepat, dapat menyampaikan Dakwah secara singkat, simpel dan luas.⁷

Dakwah Islam memang sudah menggunakan pendekatan yang modern. Dakwah sudah menggunakan medium informasi yang mutakhir. Dakwah sudah dikemas dengan menarik dan disebarakan melalui media televisi, radio, surat kabar dan sebagainya. Namun saat ini persebaran dakwah pun dilakukan melalui media sosial salah satunya instagram.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, kerana dengan media sosial instagram pengguna dapat membagikan moment kesehariannya baik dalam bentuk foto maupun video, selain itu instagram juga dilengkapi dengan fitur-fitur live streaming yang tentu sangat menguntungkan bagi penggunaannya. Instagram saat ini juga digunakan untuk dakwah, dimana para Panitia Kajian Islam, Ustad, dan Komunitas-komunitas Islam dapat memanfaatkan instagram sebagai media dakwah untuk menyebarkan

⁶ Aliffiani Ayu Nurrohmah and Ahmad Nurcholis, "Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Instagram @Pemudahijrah)," *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 4, no. 1 (2021): 49–62, <https://doi.org/10.37567/syiar.v4i1.741>.

⁷ Muhammad Afif et al., "Jurnal Mahasisiwa Kpi Mahasiswa Di Fakultas Agama Islam Unifersitas Muhammadiyah Merto : Jurnal Mahasiswa Kpi Pendahuluan Di Di Dalam Alquran Te" 3, no. 2 (2023): 42–47.

informasi berupa kajian, ilmu pengetahuan islam dalam bentuk foto atau video yang dapat dimanfaatkan untuk masyarakat.⁸

Mahasiswa yang memakan sebagian besar waktunya untuk hal ini juga dapat menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sarana dakwah, termasuk Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020-2021 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Oleh karena itu urgensi dalam perkembangan media sosial instagram harus menjadi celah bagi para da'i dalam menyelaraskan pesan dakwah melalui media dakwah yang bersegmentasi kepada remaja. Media dakwah adalah salah satu alat yang dipergunakan untuk menjelaskan dan memaparkan maddah atau isi pesan dakwah kepada mad'u. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan atau mad'u yang bisa disajikan secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung diaplikasikan melalui perkataan atau ucapan, sedangkan tidak langsung bisa berupa media penyalur seperti televisi, radio, media cetak dan sebagainya dalam rangka mencapai tujuan dakwah.⁹

B. Metodologi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang berlokasi di Jln. Rizal Nurdin, KM 4.5 Sihitang Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini berkaitan dengan tingkah laku manusia dan makna yang terkandung di setiap perbuatan yang sulit diukur dengan nilai.

Sementara itu, data adalah segala hal yang berhubungan dengan keterangan (informasi) yang berkaitan dengan tujuan dari penelitian ini. Tidak dapat

⁸ Maulina Larasati Putri et al., "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwah Kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta," *Kinesik* 8, no. 3 (2021): 284–96, <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i3.204>.

⁹ Azhfar Muhammad Robbani and Rhafidilla Vebrynda, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Nurul Azka Dalam Mengelola Akun@ Nunuzoo)," no. 2 (2019): 1.

disebutkan semua informasi atau keterangan digolongkan dalam data penelitian. Hal ini yang dapat mendukung informasi atau data yang diperlukan dalam suatu penelitian.¹⁰

Ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

Pertama, sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan yang dilakukan oleh penulis dan menjadi data utama dalam penelitian ini. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang aktif angkatan 2020-2021 sebanyak 44 orang, bagian akademik, dan sub bagian akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Alasan penulis memilih Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020-2021 dijadikan sebagai informan penelitian karena Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020-2021 lebih banyak menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah dibandingkan dengan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan lainnya.¹¹

Kriteria pemilihan informan sesuai dengan kriteria penggunaan media sosial *Instagram* sebagai sarana dakwah:

- a. Mahasiswa KPI yang menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah.
- b. Menggunakan *Instagram* sebagai pengalihan dalam penyampaian pesan dakwah. Artinya, mahasiswa tanpa sengaja mendapat materi pesan dakwah di *Instagram* kemudian ingin menasehati, berbagi informasi, serta mendapat pahala melalui mengunggah kembali pesan dakwah di *instastory instagram*.
- c. Frekuensi, banyaknya pengulangan perilaku (dalam kurun waktu yang tidak ditentukan)

¹⁰ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Meyniar Albina (Bandung: Harfa Creative, 2023).

¹¹ Fathor Rashid, *Buku Metode Penelitian Fathor Rasyid*, 2022.

- d. Durasi, merupakan kebutuhan pengguna *Instagram* dalam selang waktu tertentu dalam menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah (lamanya dalam satuan jam).¹²

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

- a. Observasi partisipan, yaitu melakukan pengamatan dengan cara mengumpulkan data dan informasi dengan penulis terlibat pada apa yang diamati atau digunakan sumber dalam penulisan.
- b. Wawancara bebas terpimpin. Jadi, pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti, selanjutnya dalam proses wawancara berlangsung mengikuti situasi pewawancara harus pandai mengarahkan yang diwawancarai apabila ternyata ia menyimpang. Pewawancara menggunakan pedoman wawancara (*guide*) yang berfungsi sebagai pengendali jangan sampai proses wawancara kehilangan arah.
- c. Dokumentasi. Dokumentasi ini berfungsi sebagai pelengkap bagi pengguna teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat berupa teks, gambar, atau karya monumental oleh manusia. Hal ini ditempuh penulis untuk mendapatkan data yang lebih terpercaya. Dokumentasi berlangsung dalam bentuk tertulis dalam bentuk catatan, buku, teks faktual, dokumen atau arsip. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan semua hal yang berkaitan dengan dokumentasi dari informan penulisan seperti bahan dakwah dibuat atau ditemukan dari mana. Hal ini relevan dengan pembahasan penulisan ini. Dengan mempelajari bahan-bahan tertulis membantu penulis menemukan informasi tentang masalah penulisan.¹³

Untuk menguji keabsahan pemeriksaan data penulis menggunakan Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Penulis menggunakan Triangulasi sumber data, metode, dan teman sebaya. Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek kembali suatu informasi yang diperoleh dari

¹² Agnes Pertiwi Sutrisno and Ira Dwi Mayangsari, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *Jurnal Common* 5, no. 2 (2022): 118–33, <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>.

¹³ Abubakar H. Rifa'i, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Antasari Press, 2021.

informan yang satu dengan informan lainnya. Triangulasi metode dilaksanakan dengan cara memanfaatkan penggunaan metode yang berbeda untuk mengecek kembali data atau informasi yang diperoleh. Misalnya, hasil observasi dibandingkan dengan hasil wawancara dengan waktu yang berbeda. Triangulasi teman sebaya yaitu dimaksudkan untuk membicarakan proses dan hasil penelitian sehingga data tersebut benar-benar dapat dimanfaatkan untuk keperluan dalam penelitian.¹⁴

Analisis data dalam penulisan kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Penulis menggunakan metode analisis data di lapangan model Miles dan Huberman, yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah yaitu:

- a. Data *Reduction*, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari pola dan temanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya jika diperlukan.
- b. Data *Display*, yaitu menyajikan data dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchat* dan sebagainya. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan penulis untuk memahami apa yang terjadi, selanjutnya merencanakan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.
- c. *Conclusion Drawing/Verification*, yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat

¹⁴ Feny Rita Fiantika et all, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Rake Sarasin, 2022, <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.

penulis kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁵

C. Hasil Penelitian

1. Penggunaan *Instagram* sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Sebagai media sosial yang paling populer saat ini, *Instagram* menawarkan berbagai macam bentuk komunikasi yang bisa terjalin. *Instagram* memanjakan para penggunanya dengan kemudahan dan keberagaman fitur yang ada. Beberapa fitur yang ditawarkan oleh *Instagram* yang tepat dalam penggunaannya sebagai sarana dakwah yang digunakan oleh Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam: foto, pengguna dapat dengan mudah mengunggah foto kemudian dijadikan sebagai cerita dan postingan *Instagram*. Terdapat juga filter manual yang membuat tampilan foto menjadi lebih menarik ketika diunggah. Selain itu, *Instagram* juga menawarkan fitur video. Fitur video *Instagram story* dengan durasi 30 detik dan menjadi fitur yang cukup favorit.

Instastory juga salah satu fitur *Instagram*. *Instastory* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Snapgram* merupakan fitur berbagi foto maupun video yang bersifat sementara dan hanya akan ada di *Instagram* selama 24 jam. *Instastory* yang sudah berlalu dapat dilihat di arsip *story* dan bisa dijadikan sebagai *Instastory* kembali di masa mendatang.

Beragam fitur menarik seperti reels, snapgram dan lainnya dalam *instagram* membuat banyak kalangan memanfaatkan media ini dalam komunikasi dan penyebaran dakwah khususnya mahasiswa, disamping itu banyak dari kalangan wirausahawan yang sukses meraup rezeki lewat *instagram* hanya dengan mengupload foto produk atau jasa mereka. 24 Memanfaatkan *Instagram* ataupun sosial media yang lain dengan baik akan membantu peningkatan angka penjualan

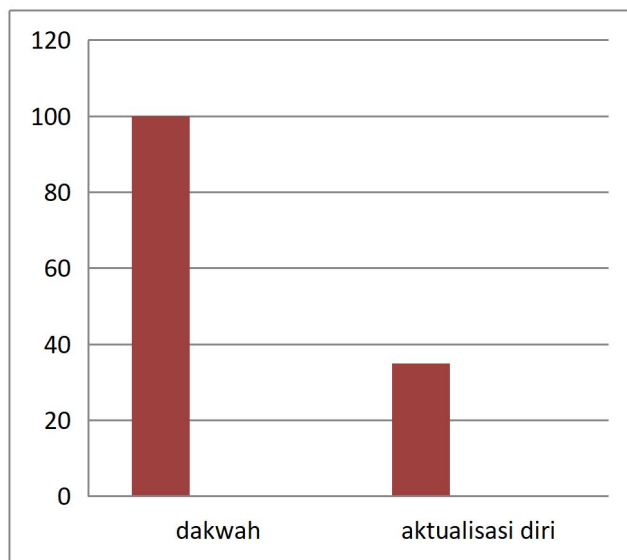
¹⁵ Moh. Miftachul Choiri Umar Sidiq, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, 2019, [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf).

secara signifikan, namun tentunya perlu strategi yang baik dalam melakukan pemasaran lewat berbagai media saat ini.¹⁶

Reels Instagram adalah fitur baru yang ditawarkan oleh *Instagram* yang dapat memungkinkan para pengguna membuat video mulai berdurasi 15 detik sampai 1 jam. Hal inilah paling diminati oleh para pengguna *Instagram* menjadikannya sebagai sarana dakwah dan *dipost* di *Instastory* termasuk bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Fitur-fitur tersebut yang digunakan oleh Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menyampaikan dakwah dapat berupa foto, dan video dimuat ke *instastory* dengan *caption* dakwah, dan *reels instagram* yang memuat pesan dakwah kemudian *direpost* ke *instastory*.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis selain *Instagram* dijadikan sebagai sarana dakwah ada juga Mahasiswa yang menggunakan *Instagram* sebagai aktualisasi diri dan alat komunikasi. Namun, lebih banyak diantara Mahasiswa KPI yang menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah.



Grafik perbandingan mahasiswa dalam penggunaan *Instagram*

¹⁶ Husnul Khatimah et al., “Penggunaan Media Instagram Sebagai Media Dakwah Dan Wirausaha Mahasiswi Prodi KPI STIBA Ar Raayah,” *Jurnal Keislaman* 7, no. 1 (2024): 237–52, <https://doi.org/10.54298/jk.v7i1.4035>.

2. Alasan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Menggunakan Media Sosial *Instagram* Sebagai Sarana Dakwah

Beberapa informan mengatakan bahwa alasan mereka menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah karena fitur yang menarik. Hal ini diungkapkan dalam wawancara, sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan Winda Fatma mengatakan:

“Pada tahun 2018 saya sudah menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah, pada saat itu saya lagi panatik-panatiknya merepost konten dakwah karena fitur yang dimiliki *Instagram* begitu banyak, dan digemari anak muda¹⁷”.

Kemudian hasil wawancara dengan Yenni Puspita mengatakan:

“Saya menggunakan *Instagram* sebagai wadah untuk mempublikasikan hasil karya sendiri seperti kebiasaan saya, selain itu saya juga menggunakan IG sebagai sarana dakwah karena IG merupakan media sosial yang banyak diminati orang dari semua kalangan, tampilan IG juga begitu bagus. Meskipun *followers* saya masih sedikit tetapi, saya tetap menggunakan IG dengan merepost hasil *reels* yang saya temui kemudian dijadikan sebagai status¹⁸”.

Hal senada disampaikan Widya Anggraeni mengatakan:

“Saya menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah sudah hampir satu tahun. Ya saya rasa berdakwah di *Instagram* cukup mudah, sekarang tidak lagi dengan pergi ke pengajian layaknya seperti dulu di media sosial sudah serba bisa termasuk berdakwah. *Instagram* saya jadikan sebagai sarana dakwah karena *Instagram* merupakan media sosial yang cukup mudah untuk menyebarkan dakwah dan dibarengi juga fitur yang menarik. Menurut saya dengan fitur yang menarik, seperti merepost apa yang tayang di *direels* kemudian saya jadikan sebagai status¹⁹”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengenai alasan Mahasiswa berdakwah di *Instagram*, penulis menemukan beberapa alasan mengapa mahasiswa KPI angkatan 2020-2021 menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah,

¹⁷Winda Fatma, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Nim 20, Padangsidempuan, 8 September 2023

¹⁸ Yenni Puspita, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Nim 21, Padangsidempuan, 13 Juli 2023

¹⁹ Widya Anggraeni, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Nim 20, Padangsidempuan, 8 September 2023

diantaranya: *Instagram* menampilkan beberapa fitur yang menarik. Dengan beriringnya waktu *Instagram* selalu mengikuti perkembangan zaman. Dari tahun ke tahun ada saja fitur yang terbaru ditawarkan oleh *Instagram* seperti : mode senyap, efek, *closefriend, feed, reels, highlight*, dan lain sebagainya.

Selain itu, *Instagram* tidak terikat oleh ruang dan waktu. Dalam penggunaannya *Instagram* tidak terikat oleh ruang dan waktu artinya, kita bebas memilih waktu yang tepat untuk mengoperasikannya selama paket data mendukung. Jangkauan *Instagram* yang cukup luas juga menjadi alasan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah. Artinya, jumlah akun yang melihat postingan, *instastory, highlight* pada akun *Instagram* tidak ada batasannya kecuali akun bersifat privasi.

Merujuk pada teori *Uses and Gratifications* memandang bahwa asumsi dasar dari teori tersebut mengatakan khalayak berperan aktif dan dalam penggunaannya manusia diasumsikan memiliki tujuan, dalam proses komunikasi massa, insiatif cenderung berkaitan dengan kebutuhan dan pemilihan media terletak pada khalayak, media massa berkompetisi dengan sumber lainnya untuk memuaskan kebutuhannya, tujuan dari penggunaan media massa bisa dilihat melalui data yang disediakan oleh anggota khalayak, serta penilaian artikultural dari media massa harus ditanggung sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak. Dengan kata lain, pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya.²⁰

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa judul yang dilakukan oleh penulis “Media Sosial *Instagram* sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa” terdapat beberapa poin yang mencakup asumsi tersebut yakni, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 – 2021 aktif menggunakan *Instagram* sebagai sarana dakwah, media sosial *Instagram* dinilai sebagai sarana atau media yang tepat karena memiliki fitur yang unggul dibandingkan aplikasi lain.

²⁰ Richard West dan Lynn H. Turner, “Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi,” n.d.

Instagram juga dijadikan sebagai pemuasan kebutuhan terhadap hasil karya dari Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Instagram* dinilai sebagai media sosial yang lengkap, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menyukai fitur yang ada seperti efek, foto, video, *reels*, dan *Instastory*. Efek komunikasi massa dalam teori *Uses and Gratifications* memfokuskan perhatian pada penggunaan isi media untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan seseorang terhadap media sosial.

Dalam hal ini Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam telah sejalan dengan asumsi teori *Uses and Gratifications*. Selain menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sarana dakwah, Mahasiswa juga menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sarana mengaktualisasikan diri sehingga merasakan kepuasan dalam bermedia sosial.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa hampir semua responden menyatakan *Instagram* dijadikan sebagai sarana dakwah karena banyak yang menonton dan melihat pesan dakwah yang disampaikan. *Instagram* telah menjadi platform yang efektif untuk menyebarluaskan pesan-pesan tersebut. Dalam proses penggunaannya sebagai sarana dakwah, *Instagram* dapat berupa story dengan caption yang menyampaikan pesan dakwah, merepost pesan dakwah dari sumber lain melalui *Instagram* story, serta mengunggah foto atau video dengan caption yang menyampaikan pesan dakwah.

Penggunaan *Instagram* sebagai sarana dakwah sangatlah fleksibel. Platform ini menyediakan berbagai fitur yang mendukung penyampaian pesan dengan cara yang menarik dan interaktif. Selain itu, *Instagram* memungkinkan dakwah dilakukan melalui berbagai format konten, seperti story, feed post, dan video. Hal ini memberi kebebasan kepada pengguna untuk memilih metode yang paling efektif dalam menyampaikan pesan mereka.

Alasan utama mahasiswa menggunakan Instagram sebagai sarana dakwah adalah karena Instagram menawarkan filter menarik, jangkauan yang cukup luas, dan tidak terikat oleh waktu. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pesan dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan lebih beragam tanpa batasan waktu. Dengan demikian, Instagram menjadi pilihan utama sebagai media dakwah yang efektif di era digital saat ini.

Daftar Pustaka

- Abdullah. *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*. Bandung: Citapustaka Media, 2009.
- Afif, Muhammad, Widiya Nanda, M Samson Fajar, Muhammad Nur, Jl Ki, Hajar Dewantara, and Kota Metro. "Jurnal Mahasisiwa Kpi Mahasiswa Di Fakultas Agama Islam Unifersitas Muhammadiyah Merto : Jurnal Mahasiswa Kpi Pendahuluan Di Di Dalam Alquran Te" 3, no. 2 (2023): 42–47.
- Ayu Nurrohmah, Aliffiani, and Ahmad Nurcholiz. "Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Instagram @Pemudahijrah)." *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 4, no. 1 (2021): 49–62. <https://doi.org/10.37567/syiar.v4i1.741>.
- Azwar, Welhendri. *Sosiologi Dakwah. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Vol. 3, 2020. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Dinillah, Ulya, and Aka Kurnia SF. "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam Dan @harakahislamiyah)." *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science* 1, no. 1 (2019): 54–67. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v1i1.411>.
- Feny Rita Fiantika et all. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*, 2022. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.
- H. Rifa'i, Abubakar. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press, 2021.
- Husnul Khatimah, Windy Tiani, Tika Gusnita Sari, and Syifa Ulhana. "Penggunaan Media Instagram Sebagai Media Dakwah Dan Wirausaha Mahasiswi Prodi KPI STIBA Ar Raayah." *Jurnal Keislaman* 7, no. 1 (2024): 237–52. <https://doi.org/10.54298/jk.v7i1.4035>.
- Nasution, Abdul Fattah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Meyniar Albina. Bandung: Harfa Creative, 2023.
- Nurrahmi, Febri, and Puteri Farabuana. "Efektivitas Dakwah Melalui Instagram." *Nyimak: Journal of Communication* 4, no. 1 (2020): 1. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2326>.
- Putri, Luthfi Ulfa Ni'amah dan Sukma Ari Ragil. "Da'i Dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Komunikasi Islam* 09, no. 2 (2019): 264–90.
- Putri, Maulina Larasati, Vera Wijayanti Sutjipto, Marissa Puspita Sary, Latifah Firdausah, and Yoandra Putri Amarawati. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwah Kepada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta." *Kinesik* 8, no. 3 (2021): 284–96. <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i3.204>.
- Rashid, Fathor. *Buku Metode Penelitian Fathor Rasyid*, 2022.
- Robbani, Azhfar Muhammad, and Rhafidilla Vebrynda. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Nurul Azka Dalam Mengelola Akun@ Nunuzoo)," no. 2 (2019): 1.
- Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. "Pengaruh Penggunaan Media

Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” *Jurnal Common* 5, no. 2 (2022): 118–33. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>.

Turner, Richard West dan Lynn H. “Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi,” n.d.

Umar Sidiq, Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. Journal of Chemical Information and Modeling*. Vol. 53, 2019. <http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE> PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf.