

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI  
MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
DI FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH METRO**

**Muhammad Afif Widiya Nanda<sup>1\*</sup>, M. Samson Fajar<sup>2</sup>, Muhammad Nur<sup>3</sup>**

<sup>1\*,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Indonesia

\*Corresponding author. Jl. Ki Hajar Dewantara 116 Iringmulyo, 34112, Kota Metro, Indonesia.

E-mail: [muhammadafif0100@gmail.com](mailto:muhammadafif0100@gmail.com)<sup>1\*)</sup>  
[ibnuummi@gmail.com](mailto:ibnuummi@gmail.com)  
[abusaamih@gmail.com](mailto:abusaamih@gmail.com)

**Abstrak**

Dakwah merupakan tugas bagi setiap umat muslim yang dalam menjalaninya tidaklah semudah yang dibayangkan, karena begitu banyak persoalan dan tantangan yang harus dihadapi dilapangan. Oleh karena itu dakwah Islam harus fleksibel, mampu mengikuti perkembangan zaman, perkembangan umat dan budaya umat, harus dikemas dengan baik dan menarik. Ketika melihat situasi dan kondisi mahasiswa, ternyata Instagram begitu akrab dengan aktivitas keseharian mahasiswa, bahkan tak sedikit yang setiap harinya pasti membuka Instagram, dari sini da'i dapat memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro yang menggunakan Instagram dan mengakses pesan dakwah di Instagram. Sampel penelitian ditentukan secara random sampling, dimana peneliti memilih sampel dari populasi secara acak. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah sangat dibutuhkan bagi mahasiswa, mengingat perkembangan teknologi dan informasi yang semakin meningkat pesat. Konten-konten dibagikan oleh mahasiswa yang berperan sebagai da'i dengan melalui platform media sosial Instagram yang menyajikan konten-konten keagamaan yang berkenaan motivasi, tausiyah pendek tentang persoalan agama yang selain itu juga terdapat konten terkait kegiatan sehari-hari bagi pengguna. Postingan mahasiswa di media sosial mereka dilakukan dengan berbagai pertimbangan, diantaranya dalam rangka menjawab pertanyaan pengguna media sosial lainnya terkait isu atau persoalan *mad'u* yang sedang terjadi.

**Kata Kunci:** Dakwah, Instagram, Mahasiswa KPI

**Abstract**

*Da'wah is a duty for every Muslim who in carrying it out is not as easy as imagined, because there are so many problems and challenges that must be faced in the field. Therefore, Islamic da'wah must be flexible, able to keep up with the times, the development of the people and the culture of the people, must be packaged well and interestingly. When looking at the situation and conditions of students, it turns out that Instagram is so familiar with the daily activities of students, not even a few who open Instagram every day, from here da'i can utilize Instagram as a medium for da'wah. This research was descriptive research with a qualitative approach. The sample of this research was Communication and Islamic Broadcasting Students of Muhammadiyah University of Metro who used Instagram and accessed da'wah messages on Instagram. The research sample was determined by random sampling, where the researcher selected samples from the population randomly. Based on the results of the study, it can be concluded that the use of Instagram as a media for da'wah was needed for students, given the rapid development of technology and information. Content was shared by students who acted as da'i through the Instagram social media platform which presented religious content regarding motivation, short tausiyah on religious issues, in addition there was also content related to daily activities for users. Students' posts on their social media were carried out with various considerations, including in order to answer other social media users' questions related to the issues or problems of mad'u that were happening.*

**Keywords:** Da'wah, Instagram, KPI Students



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## PENDAHULUAN

Di dalam Alquran terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia ber-*sabilillah* “di jalan Allah”. Dalam ayat lain terdapat Perintah agar sekelompok kaum muslimin bekerja mendakwahi manusia untuk mau berbuat kebajikan, melakukan amar ma'ruf dan nahi mungkar berupa kontrol sosial. Dalam ayat lain lagi ada perintah kepada Rasul *Shallallahu Alaihi Wasallam* supaya menyampaikan atau menginformasikan wahyu yang diturunkan kepada beliau. Diterangkan pula kepada manusia bahwa mereka tidak akan diberikan azab sebelum dakwah sampai kepada mereka (Maghfiroh, 2018).

Dakwah adalah tugas yang diberikan kepada setiap muslim. Sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah *Shallallahu Alaihi Wasallam*, kewajiban dakwah menyerukan dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat. Di dalam Alquran terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya berada di jalan Allah (Sukarta, 2021).

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 ketentrangan dalam kehidupan mereka sekaligus sebagai pengantar menuju kebahagiaan kehidupan dunia dan akhirat (Aziz, 2020).

Teknologi dalam Islam bukan sesuatu yang dilarang, meskipun di masa Rasulullah *Shallallahu Alaihi Wasallam* belum ditemukan adanya teknologi seperti

yang berkembang pada saat ini. Perkembangan dakwah memerlukan perhatian terhadap perkembangan teknologi dengan mengharapkan dakwah mudah diterima dan dijangkau oleh umat manusia agar dakwah tidak terkesan ketinggalan zaman (Mardiansyah, 2020).

Dengan selalu berkembangnya teknologi maka dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara. Dakwah pada zaman sekarang yang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam, Dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis taklim maupun tempat ibadah muslim lainnya (Rohman, 2019).

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. Peran media sosial dalam berdakwah kini juga menjadi sangat penting sama melihat kondisi Masyarakat khususnya Indonesia yang semakin banyak menggunakan media sosial.

Dakwah yang disampaikan pada masa kini dapat disampaikan melalui media sosial, salah satunya Instagram. Menggunakan teknologi terkini seperti media sosial dalam membuat dakwah dapat membantu menyebarkan dakwah kepada lebih banyak kumpulan sasaran, ini juga karena mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

Dengan melihat maraknya pengguna Instagram dari berbagai kalangan ini, Instagram sendiri menjadi media yang paling diminati dan menjadi media dakwah bagi para da'i dan da'iyah dalam menyampaikan dakwah mereka. Hal ini yang kemudian dimanfaatkan oleh mahasiswa menjadi sarana komunikasi serta media dakwah dan akses pesan-pesan dakwah yang ada di Instagram karena dirasa lebih mudah diakses selain mengikuti pengajian mendengarkan ceramah di acara *tabligh Akbar* yang tentunya tidak setiap hari dilaksanakan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Metro

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif, dikarenakan penelitian ini lebih mengarah pada objek yang dialami, yang mana penelitian berperan sebagai instrumen kecil, dan sampel pada penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*).

Sumber data yang digunakan antara lain yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer berasal dari

Mahasiswa/i angkatan 2018/2020 Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Metro. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan melalui kajian literatur, buku, sumber online, jurnal, dan dokumentasi tertulis lainnya.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang valid untuk memenuhi standar data. Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka metode pengumpulan data yang dipergunakan adalah metode observasi, metode interview dan dokumentasi.

Berdasarkan pada sifat penelitiannya, penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, dalam Kajian ini menggambarkan ciri-ciri (*traits*) dari seorang Individu atau kelompok tertentu. Deskriptif berkaitan dengan keadaan yang memerlukan teknik pengumpulan data dan informasi melalui wawancara dan Observasi secara langsung. Penelitian ini dipilih untuk mengantisipasi mendapatkan suatu penjelasan dan ekspos penggunaan Instagram dengan benar sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Populasi dalam penelitian ini ini adalah mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Metro yang mengakses Instagram dan mengakses konten Dakwah di Instagram adalah dari Angkatan 2018-2020. Pada angkatan 2018 jumlah kelas A 8 orang dan kelas B yaitu sebanyak 14 orang, pada Angkatan 2019 jumlah kelas A yaitu sebanyak 11 orang dan kelas B 15 orang, sedangkan angkatan 2020 jumlah kelas A yaitu sebanyak 15 orang dan kelas B yaitu sebanyak 7 orang. Jadi total

keseluruhan Mahasiswa KPI Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2019-2020 sebanyak 69 Mahasiswa/i.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik “*probability sampling*” atau “*random sampling*” yaitu teknik, teknik *random sampling* inilah yang penulis gunakan, dan teknik *random sampling* tersebut memiliki jenis yaitu: *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena dalam pengambilannya melalui anggota sampel dan populasi itu sendiri. Cara seperti itu dilakukan agar anggota populasi dianggap homogen. Menentukan presentase sampel sebanyak 10% dari populasi yang ada. Maka berdasarkan tehnik yang dijelaskan diatas, sampel yang memenuhi adalah sebanyak 7 mahasiswa/i jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Metro, yang terdiri dari 2 orang angkatan 2018, 3 orang angkatan 2019, dan 1 orang angkatan 2020.

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan di analisis melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data, menginterpretasikan data, dan terakhir menyimpulkan serta verifikasi data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil deskripsi penelitian dengan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam agar dapat mengetahui bagaimana penggunaan dan pemanfaatan media sosial “Instagram” sebagai media dakwah, platform media sosial yang digunakan oleh para mahasiswa/i sangat beragam yaitu, *Instagram, Facebook, Whatsapp, Tiktok, Twitter* dan aplikasi lainnya, namun peneliti hanya meneliti pada mahasiswa yang aktif dalam media sosial “In-

stagram”. Media sosial menjadi wadah mempermudah mahasiswa dalam menyampaikan dakwah selain itu media sosial juga dapat digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari, sebagai hiburan, komunikasi serta dapat mengembangkan kualitas diri.

Dalam bukunya yang berjudul teori komunikasi, W. Little John dan Karen A. Foss, mereka mengatakan bahwa media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan oleh seorang komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayaknya. media komunikasi menjadi sebuah sarana dalam memproduksi atau reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah pesan/ informasi. secara sederhana, media komunikasi adalah suatu perantara yang menjadikan penghubung untuk menyampaikan sebuah informasi ataupun data dari komunikator kepada komunikan yang tujuannya agar sampainya informasi atau data tersebut Media sosial “Instagram” juga merupakan bagian dari teknologi dan informasi yang memiliki banyak peran penting dalam pengolahan dan penyediaan informasi., apabila dapat dimanfaatkan dengan baik bagi para komunikator, maka dampaknya pun akan menjadi baik. Mahasiswa/i Prodi komunikasi dan Penyiaran Islam(KPI) adalah sebagai calon komunikator, Da,i mubaligh di masa mendatang dan harus mengetahui dan mampu memanfaatkan media sosial dengan baik dan benar sesuai dengan kebutuhan dan tuntunan sebagai pemberi informasi.

Era modern sekarang ini sudah menjadi zaman cyber yang hampir seluruh aktivitas menggunakan akses internet. proses komunikasi juga menjadi salah satu

aktivitas yang banyak digunakan dan dijalankan melalui internet. internet itu sendiri menjadi sebuah sarana komunikasi terbesar dan paling banyak digunakan pada zaman ini.

Perkembangan pesat yang dilakukan oleh media khususnya Instagram saat ini menjadikan daya tarik bagi penggunanya apalagi penggiat dakwah di media sosial Instagram dikarenakan maraknya para warganet yang membuat konten dan berbagai macam konten tentang Islam di media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial Instagram sangatlah efektif jika digunakan untuk berdakwah. dan merupakan peluang besar bagi para Da'i atau Mahasiswa dalam menggunakan media sosial Instagram dalam menyampaikan sebuah nasihat-nasihat, taujih-taujih ataupun berdakwah yang baik di dalam pemilihan media sosial Instagram sebagai media dalam berdakwah yang mana dijelaskan bahwa media sosial Instagram menjadi media sosial yang sangat viral pada saat ini. khususnya di kalangan para anak-anak muda, akan menjadi sebuah media yang sangat efektif karena sangat maraknya pengguna internet dan pengguna media sosial Instagram yang mencari konten-konten dakwah melalui media sosial Instagram.

Sebagai mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam, seharusnya bisa menjadi seorang Da'i, mubaligh atau komunikator yang baik dalam menyampaikan pesan dan menyebarkan pesan, karena seharusnya proses belajar selama di bangku kuliah dilatih terus dan belajar untuk mengenal komunikasi yang baik.

Sebagai mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam, tentunya selalu *up*

*to date* jangan sampai ketinggalan zaman dengan hampir seluruh mahasiswa memiliki *smartphone* dengan terhubung dengan internet untuk menggunakannya dan *up to date* di media sosial.

Mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam memiliki berbagai macam bentuk di dalam menggunakan media sosial Instagram, berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan media Instagram untuk mencari informasi sebagai sarana komunikasi juga media hiburan dan sebagai media dakwah menyebarkan dakwah yang kaitannya dengan agama Islam, wadah untuk belajar dan menyalurkan bakat serta melatih dalam berdakwah kepada khalayak (sasaran dakwah)

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa Instagram sangat banyak perannya sebagai media dakwah jika kita mau menggunakannya dengan baik dan benar. Efek dari Instagram sendiri pun dapat dilihat dari hasil wawancara terhadap informan bahwasanya memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah sangat baik dan sangat efektif dilakukan apabila sesuai dengan ajaran agama Islam dan tidak menyalahi aturan yang ada.

Materi dakwah yang biasa disebut juga dengan ideologi dakwah ialah ajaran Islam itu sendiri yang berdasarkan dari Al-Quran dan As-Sunnah. Adapun bentuk materi yang disampaikan mahasiswa KPI pada media sosial Instagram yaitu Akidah, Ibadah atau Syari'at, dan Akhlak.

Akidah adalah pokok kepercayaan di dalam agama Islam. akidah Islam disebut at-tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Syari'at adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat di

dalam agama Islam, baik yang berhubungan dengan manusia dengan Tuhan, maupun antar manusia sendiri. Sedangkan akhlak adalah tingkah laku seseorang yang didorong oleh suatu keinginan secara mendasar untuk melakukan sesuatu perbuatan yang baik tanpa mempertimbangkan pikiran terlebih dahulu.

Mahasiswa KPI melihat sasaran objek Dakwah (*Mad'u*) yaitu sebagian besar ditujukan untuk mahasiswa, terutama mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam sehingga materi yang disampaikan menyesuaikan sasaran objek dakwahnya tersebut.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, Instagram terbukti menjadi alat dakwah yang efektif bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Metro. Meskipun para mahasiswa menemukan Instagram mudah digunakan dan menarik secara visual, beberapa faktor menjadi penghambat, seperti keterbatasan kuota internet, durasi video yang terbatas, serta risiko paparan konten negatif dan tindakan bullying.

Saran yang dapat diberikan adalah mengadakan pelatihan bagi mahasiswa untuk memanfaatkan Instagram secara lebih efektif dan aman dalam menyampaikan pesan dakwah, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan yang bertanggung jawab di media sosial tersebut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Aziz, A. Z. A. (2020). Optimasi Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan

Dakwah. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1(4), 216-226.

Maghfiroh, L. (2018). *STUDI ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM NOVEL AIR MATA SURGA KARYA E. ROKAJAT ASURA TAHUN 2012* (Doctoral dissertation, UNISNU JEPARA).

Mardiansyah, R. (2020). *EFEKTIVITAS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI MELALUI MEDIA SOSIAL YOUTUBE DIKALANGAN REMAJA* (Studi Pada Gg. Hj. Hayati IV Sukarame Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Rohman, D. A. (2019). Komunikasi dakwah melalui media sosial. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121-133.

Sukarta, S. (2021). Metode Dakwah Ustadz Salafiyah Dalam Menginternalisasikan Nilai-Nilai Keislaman Melalui Pengajian Rutin. *Ibtida'iy: Jurnal Prodi PGMI*, 6(2), 42-52.