

Dampak Program Dakwah Akun Instagram @Jihadart_ terhadap Pemahaman Dasar-Dasar Islam

The impact of the @Jihadart_ Instagram Account Da'wah Program on Understanding the Basics of Islam

¹Lutfi Qurotul Aini, ²Nia Kurniati Syam ³Ida Afidah

^{1,2} Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹lutfiqurotul@gmail.com, ²

Abstract. Social media is the primary need of the community, it can be used as a medium of propaganda. Social media technology, especially Instagram, is processing photos and videos and obtaining more practical information. Taking and distributing photos and videos with the features presented is not surprising if Instagram is the most popular social media. Instagram as a propaganda media so that da'wah can be spread widely, but the da'wah program through the media sometimes requires a clear explanation not only with images and captions so that the missionary message reaches its intended purpose. The objectives of this study are: 1) how to use Instagram social media as a da'wah program @ jihadart_ 2) how followers understand preaching messages on @jihadart_ Instagram account 3) how the impact of the @jihadart_ missionary media on understanding the basics of Islam. This research is a descriptive analysis qualitative research, with a method of collecting sample data, documentation, and questionnaires using Google Form. The results of this study Instagram account @jihadart_ posted a message that was uploaded as many as 192 photos consisting of material about Syari'ah, Akidah, and Akhlak and had 1777 followers. And almost half of followers open their Instagram account @jihadart_ almost 5-6 hours a day, so the use of Instagram media is very popular. Most followers of the @jihadart_ Instagram account who understand the material of preaching about aqeedah, followed by material material about Shari'ah and the least understanding of material about morals. The impact of the propaganda media on understanding the basics of Islam followers reaches half positive impact, this shows that the impact media propaganda Instagram succeeded.

Keywords: Da'wah, Instagram, Islamic Basics

Abstrak. Media sosial adalah kebutuhan primer masyarakat, hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Teknologi media sosial khususnya Instagram adalah pengolahan foto dan video serta perolehan informasi yang lebih praktis. Mengambil dan menyebarkan foto dan video dengan fitur yang disajikan tidak heran jika Instagram menjadi media sosial yang paling populer. Instagram sebagai media dakwah sehingga dakwah dapat tersebar luas, namun program dakwah melalui media tersebut terkadang membutuhkan penjelasan yang jelas tidak hanya dengan gambar dan *caption* agar pesan dakwah sampai sesuai dengan tujuan. Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1) bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai program dakwah @jihadart_ 2) bagaimana *followers* memahami pesan-pesan dakwah pada akun instagram @jihadart_ 3) bagaimana dampak media dakwah @jihadart_ terhadap pemahaman dasar-dasar Islam. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif analisis, dengan metode pengumpulan data sampel, dokumentasi, dan kuisioner menggunakan Google Form. Hasil penelitian ini Akun instagram @jihadart_ memposting pesan dakwah yang diunggah sebanyak 192 foto terdiri dari materi tentang Syari'ah, Akidah, dan Akhlak dan memiliki 1777 *followers*. Dan hampir separuh *followers* membuka akun Instagram @jihadart_ hampir 5-6 jam sekali dalam sehari, maka pemanfaatan media instagram ini sangat diminati. Kebanyakan *followers* akun instagram @jihadart_ yang memahami materi dakwah tentang akidah, disusul oleh materi materi tentang Syari'ah dan paling sedikit pemahaman materi tentang akhlak. Dampak media dakwah terhadap pemahaman dasar-dasar Islam para *followers* mencapai separuhnya berdampak positif, hal ini menunjukkan bahwa dampak media dakwah Instagram berhasil.

Kata Kunci: Dakwah, Instagram, Dasar-dasar Islam

A. Pendahuluan

Dakwah di zaman modern tidaklah hanya menjadi seorang *da'ī* atau seorang Ulama yang berceramah di atas mimbar, menghadap banyak *mad'u* atau jama'ah. Akan tetapi dakwah bisa mulai terhadap diri sendiri, dari hal-hal kecil yang merambah ke hal-hal yang ada disekitar kita, keluarga, saudara, atau teman tanpa bersifat menggurui. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam, dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta'lim maupun tempat ibadah muslim lainnya, tetapi teknologi sudah berkembang sehingga dakwah bisa disampaikan melalui media sosial atau medsos yang merupakan *trend* masa kini dalam kehidupan ummat manusia di segala penjuru dunia.

Instagram adalah aplikasi untuk memotret, mengedit dan menyebar foto tersebut kekomunitas pengguna instagram lainnya. Media sosial instagram menjadi media yang populer dikalangan masyarakat setiap detik dan menitnya masyarakat mengakes media tersebut.

Menurut ataboks.katadata.co.id Instagram merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia, Indonesia menjadi urutan ketiga sebagai pengguna aktif dengan 55 juta akun Instagram.

Peneliti merasa tertarik meneliti permasalahan ini karena media sosial adalah kebutuhan primer masyarakat, dakwah pun ikut memanfaatkan teknologi media sosial khususnya instagram sebagai media dakwah sehingga dakwah dapat tersebar luas, namun program dakwah melalui media instagram terkadang membutuhkan penjelasan yang jelas tidak hanya dengan gambar dan captionnya agar

pesan dakwah sampai sesuai tujuan dakwah karena dakwah berbicara tentang syari'at Islam maka harus jelas agar tidak menyeleweng. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai program dakwah @jihadart_? Bagaimana *followers* memahami pesan-pesan dakwah pada akun instagram @jihadart_? Bagaimana dampak media dakwah @jihadart_ terhadap pemahaman dasar-dasar Islam para *followersnya* ?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

- A. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram sebagai program dakwah @jihadart_
- B. Untuk mengetahui pemahaman *followers* terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan pada akun @jihadart_
- C. Untuk mengetahui dampak media dakwah @jihadart_ terhadap media dakwah terhadap pemahaman dasar-dasar Islam para *followersnya*

B. Landasan Teori

Komunikasi massa menurut Bittner adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Apabila pesan itu disampaikan melalui media pertelevisian maka proses komunikator melakukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara

verbal maupun nonverbal dan nyata. (Komahsarial 2016: 1)

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri-ciri menurut Komahsarial (2016: 4-6):

- a) Pertama, yaitu pesannya bersifat umum artinya pesan tersebut ditunjukkan kepada semua orang tidak untuk sekelompok orang tertentu.
- b) Kedua, Komunikannya Anonim dan Heterogen yang artinya komunikator tidak mengenal komunikan karena komunikasinya menggunakan media dan tidak bersifat tatap muka secara langsung, komunikasi massa juga bersifat heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.
- c) Ketiga, media massa menimbulkan keserempakan adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.
- d) Keempat, komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan.
- e) Kelima, komunikasi massa yaitu bersifat satu arah komunikator dan komunikasinya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.
- f) Keenam, stimulasi alat indra yang terbatas, stimulasi alat indra tergantung pada jenis media massa, pada surat kabar pembaca hanya melihat, pada siaran radio *audience* hanya mendengar.
- g) Ketujuh, Umpan balik tertunda dan tidak langsung komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi

khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

New media berarti media yang baru, *fresh*, dan berbeda. Flew membuat media ini sah dikatakan media baru adalah karena karakternya terdapat konvergensi yang membuat *new media* memang mempunyai kebaruan. Dalam konvergensi, media baru menyatukan media-media yang sudah muncul sebelumnya. Manifestasi dari konvergensi ini oleh Flew dijabarkan bahwa paling mudah ditemukan dalam internet. Konsep dari internet inilah yang nantinya kan dipahami sebagai media baru (Widjajanti, 2014: 351).

Media baru (*New media*) adalah semua media publik di luar media cetak, televisi, dan radio. Ada bermacam-macam istilah dalam media baru, seperti media warga (*citizen journalism*), media *online*, media siber (*cyber media*), media sosial (*social media*). Media sosial adalah salah satu media baru, seperti facebook, *twitter*, *blog*, youtube, dll. Tentunya ke depan akan berkembang lagi. Adapun masuk di dalam media siber adalah seperti *detik.com*, *vivanews* (Suprawato, 2018: 163).

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dengan berbagi foto. Yang menjadi salah satu ciri menarik instagram adalah bahwa ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar kodak Instamatic dan palaroid, yang sangat berbeda dengan radio aspek 16:9 sekarang yang biasa digunakan oleh kamera ponsel. (Sherief, 2014: 47)

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang berbasis foto. Pengguna bisa mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri, satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto

menjadi bentuk persegi sehingga hasil mirip foto kamera Kodak Instamatic dan kamera Palaroid. Instagram berdiri tahun 2010, dan kemudian diakuisisi oleh Facebook tahun 2012. Populasi pengguna Instagram di Indonesia pada 2016 mencapai 22 juta jiwa (Hasanudin, 2017: 70).

Dakwah secara terminologi, adalah upaya untuk mengajak orang lain kepada ajaran Islam dengan terlebih dahulu membina diri sendiri. Pembinaan diri sendiri menjadi sesuatu yang mutlak karena dakwah membutuhkan keteladanan. (Bambang, 2015: 125).

Dakwah secara istilah mengajarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Ajaran Islam dan nilai-nilainya disajikan dengan menjelaskannya kepada masyarakat agar mereka dapat memahami dan menyetujui kandungan pesan sehingga dapat mengamalkannya. Dakwah berupaya untuk membawa masyarakat ke arah kebajikan yang dinamis dan seimbang dengan menegakkan dan menyempurnakan kepribadian yang ber-*akhlakul karimah*. Dakwah merupakan suatu proses internalisasi, transmisi, difusi institusionalisasi dan transformasi Islam yang melibatkan, antara lain, komunikator dakwah (da'i), komunikasi dakwah (mad'u), pesan, konteks dan respons untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik selamat dunia akhirat. (Bambang 2010: 34)

Program dakwah adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan bukan hanya satu kali tetapi berkesinambungan dalam rangka mengajak, menyeru orang lain kepada ajaran Islam dengan terlebih dahulu membina diri sendiri.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dampak Program Dakwah Akun Instagram @jihadart_ Terhadap

Pemahaman Dasar-Dasar Islam Para Followers

Dengan hasil kuisioner penulis memberikan gambaran atau deskriptif dari suatu data yang dapat dilihat bahwa 28,6% para *followers* membuka instagram mereka dalam sehari 5-6 kali dengan durasi waktu 5-6 jam. Maka instagram adalah media sosial yang sedang populer pada era digital ini dan media yang tepat untuk menyebarkan pesan dakwah karena *followers* membuka akun instagram lebih sering dan lama sehingga ada kesempatan untuk menyebarkan dakwah.

Sebanyak 6,5% para *followers* melihat akun Instagram @jihadart_ 3-4 kali dalam perharinya, para *followers* selalu mendapatkan pesan dakwah pada akun instagram @jihadart_ dan 45,8% dari mereka menyebarkan atau *repost* pesan dakwah yang disampaikan akun instagram @jihadart_ pada akun pribadi mereka baik instagram itu sendiri atau yang lainnya. Media mimbar (*tabligh*) yang dilakukan oleh @jihadart_ mencapai 39,3% *followers* 1-2 kali yang mengikuti program kajian @jihadart_. Dilihat dari hasil kuisioner bahwa media sosial instagram kini menjadi media dakwah yang diminati.

Pesan yang disampaikan akun instagram @jihadart_ sangat mudah dipahami sehingga 45,8% *followers* *merepost* pesan dakwah tersebut, pesan yang terkandung dalam akun instagram @jihadart_ mencakup akidah, syari'ah, akhlak, dan poster-poster kajian yang diselenggarakan oleh akun instagram @jihadart_.

Followers yang biasa mendapat pesan dakwah melalui bimbingan penyuluhan (*irsyad*) mencapai 22%, dan biasa mendapat pesan dakwah melalui pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi (*tadbir*) mencapai 17,3% sedangkan yang biasa melakukan acara budaya yang disisipkan nilai-

nilai Islam (*tathwir*) (Contoh. Tahlilan) hanya 13,1%.

Followers atau pada penelitian ini bisa dikatakan *mad'u*, yang menerima pesan dakwah melalui mimbar seperti ceramah, halaqoh, dan tabligh akbar sebanyak 37,5%, pesan dakwah melalui media elektronik seperti TV, Radio dsb sebanyak 31%, dan yang melalui media cetak hanya 27,4%, dan penyampaian dakwah melalui media cetak seperti koran, majalah hanya 23,8%, sedangkan yang menerima pesan melalui media massa seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya mencapai 40,5%. Hal ini juga memperkuat bahwa menyampaikan pesan dakwah melalui media massa salah satunya Instagram lebih diminati oleh para *followers/mad'u*.

Media instagram ini termasuk kepada kegiatan dakwah *tabligh*, hal ini sesuai dengan teori Enjang As Aliyudin, *tabligh* yaitu penyampaian dan pemberitaan tentang ajaran-ajaran Islam kepada umat manusia melalui media mimbar, media massa, baik elektronik ataupun cetak. (Enjang, 2009: 56)

Dari data kuisioner hampir 94% memahami tentang materi Aqidah. 91,7% yang meyakini hal yang berhubungan dengan ilahi sesuai dengan pembahasan akidah tentang *ilahiyat*, yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan ilahi seperti wujud Allah mencapai.

Pemahaman materi syari'ah tentang *ibadah badaniyyah*, yang berkaitan dengan badan yang membahas tentang tata cara Haji hanya 26,2% atau 44 orang dari 168 responden. Dan pembahasan mengenai Muamalah, yaitu tentang pemahaman materi jual beli 42,3% *followers* yang menjawab selalu memahami materi tatacara jual beli. Pada hasil tabel

kuisioner diatas menunjukkan bahwa dampak terhadap pemahaman tentang Akhlak, *hablum minallah*, yaitu bahagiimana ketaatan seorang muslim kepada Allah, 42% *followers* selalu melakukan apa yang diperintahkan oleh Allah dan menjauhi apa yang dilarang oleh Allah, *hablum minannas*, hubungan, etika kepada sesama muslim maupun non muslim, 50% *followers* baik dalam hubungan sesama manusia, *hamlum mina 'alam*, 45,8% *followers* memperlakukan alam di dunia ini dengan baik.

Media dakwah @jihadart_ berdampak pada pemahaman dasar-dasar Islam, dampak media dakwah ini adalah dampak positif karena tidak merugikan lain bahkan memberi wawasan ilmu agama, seperti dikatakan dalam E-Journal "Acta Diurna" bahwa dampak positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan atau tidak mengakibatkan sesuatu yang merugikan bagi sesama manusia, lingkungan alam sekitar atau lingkungan alam, ataupun sesuatu yang berhubungan bisa mengakibatkan kerugian bagi pihak yang lain. Dampak positif berarti pengaruh dan akibat yang ditimbulkan oleh suatu pengambilan keputusan akan menguntungkan bagi sesama manusia dan lingkungan alam sekitarnya (Andreas, 2016: 3).

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dalam penggunaan aplikasi media sosial instagram sebagai media dakwah, akun @jihadart_ menggunakan fitur-fitur yang telah tersedia di media sosial instagram untuk membantu peningkatan dalam penyebaran dan penyampaian pesan dakwah diantaranya penggunaan fitur *hashtag*, fitur *follow*, Lokasi,

fitur *captions*, fitur *comments*, fitur *like*, *share*, ke media sosial lainnya. Akun instagram @jihadart_ memposting pesan dakwah yang diunggah sebanyak 192 foto terdiri dari materi tentang Syari'ah, Akidah, dan Akhlak. Dan hampir separuh *followers* membuka akun Instagram @jihadart_ hampir 5-6 jam sekali dalam sehari, maka pemanfaatan media instagram ini sangat diminati.

2. Melalui kegiatan dakwah *Tabligh, Irsyad, Tathwir, Tadbir* mayoritas *followers* akun instagram @jihadart_ memahami materi-materi dakwah yang berkaitan dengan Akidah, Syari'ah dan paling terakhir Akhlak.
3. Dampak media dakwah terhadap pemahaman dasar-dasar Islam para *followers* mencapai separuhnya berdampak positif, hal ini menunjukkan bahwa dampak media dakwah Instagram berhasil. Dengan metode dakwah *bilhikmau, mauidzah, mujadalah*.

E. Saran

1. Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian yang berbeda seperti metode wawancara langsung kepada responden agar penelitian lebih mendalam. Peneliti selanjutnya diharapkan menyelidiki tentang dakwah politik di akun media sosial Instagram.

Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

2. Akun Instagram @jihadart_

Sebaiknya lebih sering memposting pesan-pesan dakwah, karena terlihat pada setiap fitur gambar yang lebih sering digunakan hanya

jadwal kajian. Sehingga mad'u dari lapisan manapun terbantu dalam memahami dan menambah pengetahuan mengenai dakwah yang lain dengan hanya membaca.

Daftar Pustaka

- Andreas G. Ch. Tampi, Evelin J.R Kawung dan Juliana W. Tumiwa. *Dampak Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Terhadap Masyarakat di Keluarga Tingkulu*. E-Journal "Aela Diurna" Volume V No 1 Tahun 2016
- Aliyudin, Enjang As. 2009. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Tim Wijaya Padjajaran
- Hasanudin Ali dan Lilik Purwandi. 2017. *Milenial Nusantara*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Romli, Komahsarial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Psikologi Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Suprawoto. 2018. *Government Public Relation Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Santoso Mulyono, Widjajanti. 2014. *Ilmu Sosial: Perkembangan dan Tantangan Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Salbino, Sherief. 2014. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi