

Pengaruh Poster Dakwah Islam pada Akun Sosial Media Instagram @Masjid_Habiburrahman terhadap Minat Mad'u di Kota Bandung

The Influence of Islamic Da'wah posters on Instagram social media accounts @Masjid_Habiburrahman on listeners' interest in the city of Bandung

¹Ahmad Arief Hidayat, ²Bambang S, Ma'arief, ³Nandang HMZ,
^{1,2} Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung,
 Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
 email: ¹hidayatariief0967@gmail.com

Abstract. Da'wah is basically conveying Islamic teachings to the wider community. Along with the development of technology, da'wah has developed very rapidly starting from the number of Mad'u, the method of preaching, and the da'i as agents of da'wah. Social media is something that we cannot deny as well as its existence as a missionary media, social media that are much loved by humans today, namely Instagram, therefore many da'i are starting to use Instagram as a medium of propaganda. When someone accesses the da'wah account on Instagram and reads and sees while listening to the posts from the da'wah account, then the da'wah activities are continuing at that time. From this matter, the writer is interested in conducting a research entitled The Influence Of Islamic Degree On The Instagram Social Media Account @Masjid_Habiburrahman On The Interest Of Mad'u In Bandung City. This study aims to determine the general picture of the condition of the Habiburrahman Mosque congregation, PT. Indonesian Aerospace, Knowing the da'wah agenda at the Habiburrahman Mosque, PT. Dirgantara Indonesia, Knowing why to choose Instagram media @masjid_habiburrahman in spreading posters of Islamic da'wah, Knowing the process of making posters of Islamic da'wah on Instagram @masjid_habiburrahman, Knowing the influence of Instagram posters on Islam @masjid_habiburrahman on mad'u interests. The study uses Descriptive Quantitative methods, Data Collection Techniques, Observations, Interviews, Data Analysis, Questionnaires, Literature Studies, Population and Sampling. The results of this study are that mosque managers improve the reciprocal function between mosques and congregations. The da'wah agenda at the Habiburrahman mosque that can support the worshipers of the mosque, @Masjid_Habiburrahman uses Instagram media as media of propaganda is to make Instagram a place / place to preach and there are also those who make Instagram as media to access the contents of da'wah messages delivered in the media . The magnitude of the effect of variable X (Da'wah Poster) on variable Y (Level of Interest in Following the Study) is 64.48%, while the remaining 35.52% is influenced by other factors outside the da'wah poster which are not contained in the discussion of researchers.

Keywords: Mosque, Habiburrahman, @Masjid Habiburrahman, Da'wah Activities, Mad'u Interests

Abstrak. Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Seiring berkembangnya teknologi, dakwah telah berkembang sangat pesat mulai dari jumlah Mad'u, metode berdakwah, dan para da'i sebagai pelaku dakwah. Sosial media merupakan hal yang tak dapat kita pungkiri pula keberadaannya sebagai media dakwah, media sosial yang banyak digandrungi oleh manusia saat ini yaitu Instagram, oleh karena itu banyak da'i yang mulai menggunakan Instagram sebagai media dakwah. Ketika seseorang mengakses akun dakwah di Instagram dan membaca serta melihat sekaligus mendengarkan postingan-postingan dari akun dakwah tersebut, maka kegiatan dakwah sedang berlanjut saat itu. Dari hal inilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Poster Dakwah Islam pada Akun Sosial Media Instagram @Masjid_Habiburrahman terhadap Minat Mad'u Di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui gambaran umum kondisi jemaah Masjid Habiburrahman, PT. Dirgantara Indonesia, mengetahui agenda dakwah di Masjid Habiburrahman, PT. Dirgantara Indonesia, mengetahui kenapa memilih media Instagram @masjid_habiburrahman dalam menyebarkan poster dakwah islam, mengetahui proses pembuatan poster dakwah islam di Instagram @masjid_habiburrahman, mengetahui pengaruh poster dakwah islam di Instagram @masjid_habiburrahman terhadap minat mad'u. Penelitian menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif, Teknik Pengumpulan Data, Observasi, Wawancara, Analisis Data, Angket, Studi Literatur, Populasi dan Sampling. Hasil penelitian ini adalah pengelola masjid meningkatkan fungsi timbal balik antara masjid dan jemaah. Agenda dakwah di masjid Habiburrahman yang dapat menunjang para jemaah-jemaah masjid, @Masjid_Habiburrahman memanfaatkan media instagram sebagai media dakwah adalah dengan menjadikan instagram sebagai wadah/tempat untuk berdakwah dan ada pula yang menjadikan instagram sebagai media untuk mengakses isi pesan dakwah yang disampaikan di media tersebut. Besarnya pengaruh variabel X (Poster Dakwah) terhadap variabel Y (Tingkat Minat Mengikuti Kajian) adalah sebesar 64,48%,

sedangkan sisanya sebesar 35,52% dipengaruhi oleh faktor lain diluar poster dakwah yang tidak terdapat dalam pembahasan peneliti

Kata kunci: Masjid, Habiburrahman, @Masjid Habiburrahman, Aktivitas Dakwah, Minat Mad'u

A. Pendahuluan

Dakwah pada dasarnya adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Hakikat dakwah sendiri yakni untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan menyeru seseorang kepada ajaran agama Islam pada apa yang diserukan. Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim diseluruh dunia. Selain itu, dakwah merupakan usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku sesuai tuntunan agama Islam. Allah SWT berfirman tentang perintah untuk berdakwah dalam Q.S an-Nahl: 125. Cara untuk berdakwah pun beragam, dapat menggunakan lisan maupun tulisan, melalui media cetak dan elektronik. Seiring berkembangnya teknologi, dakwah telah berkembang sangat pesat mulai dari jumlah Mad'u, metode berdakwah dan para da'i sebagai pelaku dakwah.

Saat ini, dakwah dapat diakses melalui alat elektronik, mengikuti perkembangan teknologi yang kian pesat. Perkembangan teknologi ini ialah dengan adanya internet. Internet sangat dibutuhkan dalam mengakses berbagai macam aplikasi, salah satunya adalah media sosial. Media sosial (social media) adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, Salah satu media sosial yang digandrungi oleh masyarakat untuk penyebaran informasi adalah media sosial instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil

foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

Poster adalah salah satu media Dakwah atau media komunikasi. Dalam jenisnya, poster memiliki tujuan sesuai dengan apa yang diinginkan pembuatnya, artinya bisa digunakan untuk media iklan oleh pengusaha, media politik bagi pelaku politik, dan media dakwah bagi pelaku dakwah (Aktifis Dakwah).

Dalam penyebarannya, poster memiliki banyak cara untuk disebarkan, namun dizaman seperti sekarang ini, penyebaran poster lebih efektif jika dilakukan melalui media sosial. Sosial media merupakan hal yang tak dapat kita pungkiri pula keberadaannya saat ini, agar kegiatan dakwah dapat menjangkau lebih luas, tentunya harus mengikuti jaman. Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram serta path adalah beberapa contoh dari social media yang banyak digunakan oleh para pengguna internet dewasa ini.

Banyak sekali umat Islam yang berdakwah melalui instagram. Hal ini terbukti dengan banyaknya akun dakwah di instagram yang di dalamnya terdapat konten-konten dakwah islami. Konten-konten tersebut meliputi materi mengenai fiqih, tauhid, ekonomi Islam, politik Islam dan lain sebagainya. Materi-materi dakwah yang disebarkan pun berasal dari berbagai penafsiran dalam pemahaman ajaran agama Islam. Konten-konten dakwah yang tersebar di instagram berasal dari berbagai macam intepretasi dalam memahami ajaran Islam.

Mengenai hal itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian

yang berjudul Pengaruh Poster Dakwah Islam pada Akun Sosial Media Instagram @Masjid_Habiburrahman terhadap Minat Mad'u di Kota Bandung.

Dengan perumusan masalah berikut, Jenis Masalah dalam penelitian ini adalah mencari "Pengaruh Poster Dakwah Islam pada Akun Sosial Media Instagram @Masjid_Habiburrahman terhadap Minat Mad'u di Kota Bandung?".

B. Landasan Teori

1. Pengertian Poster

Poster adalah merupakan selebar publikasi (baik berupa gambar, atau teks atau gabungan keduanya) yang digantung atau ditempel di dinding atau di permukaan lainnya, dan pada umumnya mengandung anjuran atau larangan. Poster merupakan kombinasi visualisasi yang kuat dengan warna dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang lewat. Media ini pada umumnya digunakan untuk mengenalkan suatu produk dari suatu perusahaan atau digunakan sebagai sarana promosi. (Daryanto, 2010:129)

Poster dapat dibuat diatas kertas, kain, batang kayu, seng, dan semacamnya. Pemasangannya bisa di kelas, di pohon, di tepi jalan, dan di majalah. Ukurannya bermacam-macam, tergantung kebutuhan, secara umum poster yang baik hendaklah:

- a. Sederhana
- b. Menyajikan satu ide dan untuk mencapai satu tujuan pokok
- c. Berwarna;
- d. Slogannya jelas dan jitu;
- e. Tulisannya jelas;
- f. Motif dan desain bervariasi.

Poster dengan kombinasi gambar, warna, garis dan kata-kata yang singkat akan lebih mudah

menarik perhatian orang untuk melihatnya dan bahkan memilikinya. Sehingga pesan-pesan dakwah yang terdapat di dalamnya pun akan terlihat lebih hidup dan memberikan kesan yang mendalam kepada para pembacanya. Maka dari sinilah pesan dakwah akan mudah dipahami dan diaplikasikan oleh pembacanya. Poster yang menarik dan memiliki kesan yang mendalam juga akan mejadikan pembaca menjadi pelaku dakwah, dengan menyebarkan poster-poter dakwah dengan pemanfaatan berbagai macam tren media sosial pada masa kini. Sehingga dengan poster yang diunggah di media sosial dapat memposisikan semua pemilik akun yang tertarik dan memiliki misi kebaikan menjadi pelaku dakwah dengan membagikan poster-poster dakwah melalui akun pribadinya. Dengan ini dakwah melalui poster akan lebih efektif dan sampai kepada masyarakat. (<http://fadhilah-ms3.blogspot.com/2016/04/poster-sebagai-media-dakwah.html>. diakses tanggal 16 januari 2019).

2. Pengertian Dakwah

Dakwah menurut etimologi (bahasa) berasal dari kata bahasa Arab yang memiliki arti mengajak, menyeru, dan memanggil seruan, permohonan, dan permintaan (Munir, 2006:17).

Unsur-unsur dakwah adalah hal-hal yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah, yakni subjek dakwah (da'i), objek dakwah (mad'u), materi dakwah, metode dakwah, media dakwah, dan logistik dakwah.

Menurut Asmuni Syukir, hukum dakwah adalah wajib bagi setiap muslim, karena hukum Islam tidak mengharuskan umat Islam untuk selalu memperoleh hasil yang maksimal, akan tetapi usaha yang diharuskan maksimal sesuai dengan

kemampuan dan keahlian yang dimiliki, sedangkan berhasil atau tidak dakwah merupakan urusan Allah, hal ini berlandaskan kepada firman Allah di dalam Al-quran surah at-Tahrim: 6 (Asmuni Syukur, 1983:27).

3. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan suatu penemuan teknologi yang luar biasa, yang memungkinkan orang untuk mengadakan komunikasi bukan saja dengan komunikan yang mungkin tidak pernah akan dilihat akan tetapi juga dengan generasi yang akan datang. Dengan demikian maka media massa dapat mengatasi hambatan berupa pembatasan yang diadakan oleh waktu, tempat dan kondisi geografis. Penggunaan media massa karenanya memungkinkan komunikasi dengan jumlah orang yang lebih banyak. (Jahi Amri, 1988:46)

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan TV. (Hafied Cangra, 2002:134) Media massa bersifat umum. Komunikasi massa yang disampaikan menggunakan media massa bersifat umum dan terbuka untuk semua orang. Dengan kata lain media massa terbuka dan ditujukan kepada masyarakat luas.

Pengaruh media massa dalam kehidupan dakwah dalam kehidupan dakwah merupakan kajian tersendiri dalam komunikasi dakwah. media memiliki kemampuan mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Media memiliki peran yang penting dalam menyampaikan program kerja, pesan dakwah pembentukan image partai atau kandidat. Saking hebatnya pengaruh media massa, sejumlah pihak

memanfaatkannya untuk tujuan yang kurang patut untuk pembunuhan karakter seseorang dan menyebarkan isu-isu untuk menjatuhkan lawan dakwahnya.

4. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Rulli Nasrullah, 2015:11)

Media 77social adalah teknologi informasi yang berbasis internet sebagai alat komunikasi maupun sebagaia media promosi dalam bisnis. Adapun macam-macam media 77ocial menurut adalah sebagai berikut: blog, twitter, instagram, facebook, Whatsapp dan line.

5. Pengertian Minat

Minat adalah kesadaran seseorang dalam sesuatu obyek seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu obyek pasti harus ada terlebih dahulu dapat minat obyek tadi. (Witherington, 1999:6). Minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerak. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan.

Dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan ataupun dorongan yang sangat kuat pada diri seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan yang dipengaruhi oleh fakto lingkungan (pekerjaan, sosial, ekonomi, bakat dan kepribadian). Makin tinggi minat seseorang terhadap suatu objek maka

makin tinggi pula dedikasi seseorang terhadap kegiatan yang menjadi minatnya.

C. Hasil Penelitian dan Analisis Penelitian

Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya hubungan atau peranan variabel poster dakwah terhadap tingkat minat mengikuti kajian, maka dapat dihitung dengan rumus koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut : Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,803^2 \times 100 \% = \mathbf{64,48\%}.$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka besarnya pengaruh variabel X (Poster Dakwah) terhadap Variabel Y (Tingkat minat mengikuti kajian) adalah sebesar 64.48%, sedangkan sisanya sebesar 35.52% dipengaruhi oleh faktor lain di luar poster dakwah yang tidak terdapat dalam pembahasan peneliti. Berdasarkan pada pengaruh variabel akun dakwah Instagram menandakan bahwa akun dakwah instagram cukup untuk memprediksi minat mad'u. Minat mad'u pengguna instagram juga disebabkan oleh faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat mad'u seperti minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental, minat tergantung pada persiapan belajar, perkembangan minat terbatas, minat dipengaruhi budaya, minat berbobot emosional dan minat dan egosentris.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Realitas yang berkembang saat ini, pengelola masjid meningkatkan fungsi

timbang balik antara masjid dan jemaah sehingga fungsi “masjid membina jemaah” dan “jemaah membina masjid” dapat terlaksana dengan baik. Jemaah masjid dapat dikelompokkan jadi 2 (dua) yakni jemaah tetap yaitu mereka yang datang ke masjid dan bertempat tinggal tetap dilingkungan masjid dan jemaah tidak tetap yakni orang yang sewaktu-waktu mampir di masjid dan tidak bertempat tinggal dilingkungan masjid.

Bentuk pemanfaatan instagram bagi akun @Masjid_Habiburrahman bahwa Instagram adalah media yang efektif untuk menyebarkan pesan dakwah karena bisa dipastikan banyak yang menonton dan melihat pesan dan isi dakwah yang disampaikan melalui instagram. Memanfaatkan media instagram sebagai media dakwah adalah dengan menjadikan instagram sebagai wadah/tempat untuk berdakwah dan ada pula yang menjadikan instagram sebagai media untuk mengakses isi pesan dakwah yang disampaikan di media tersebut.

Dalam pembuatan poster ada beberapa hal yang harus diperhatikan, Pertama, Menyiapkan konsep dan kata-kata, disini tidak ada hal teknis yang bisa dijelaskan, area ini adalah murni kreatifitas, Kedua, Menyiapkan materi untuk desain, biasanya berupa foto, image dan lainnya. Hal ini penting karena poster memang terfokus pada dua hal ini. Ketiga, Hal terpenting dalam membuat poster adalah judul (Kalimat) yang menarik, sehingga membuat orang lain tertarik untuk membacanya, dan pemuatan tanggal juga sangat penting dalam *even-even* tertentu.

Berdasarkan pada pengaruh variabel akun dakwah Instagram menandakan bahwa akun dakwah instagram cukup mempengaruhi minat mad'u. Minat mad'u pengguna instagram juga disebabkan oleh faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat mad'u seperti

Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental. Minat tergantung pada persiapan belajar, Perkembangan minat terbatas, Minat dipengaruhi oleh budaya, Minat berbobot emosional dan Minat dan egosentris.

2. Saran

- a. Kepada lembaga mesjid Habiburrahman, dalam menyelenggarakan dakwah seharusnya lebih memperhatikan bobot materi yang akan disajikan kepada para jamaah.
- b. Bagi akun @Masjid_Habiburrahman sebaiknya lebih banyak lagi membuat konten-konten poster dakwah tentang Syari'ah, Mu'amalah dan Aqidah. Sehingga tidak hanya menyampaikan sebatas informasi kegiatan aktivitas dakwah di masjid Habiburrahman.
- c. Bagi pengguna aplikasi Instagram khususnya jamaah dan follower agar lebih mempelajari penggunaan media sosial termasuk Instagram untuk dijadikan media dakwah yang efektif.
- d. Bagi fakultas dakwah Unisba harus lebih mengembangkan media dakwah sebagai sebuah disiplin ilmu sehingga para mahasiswa dapat memahami bagaimana metode dakwah yang sesuai di Instagram.
- e. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh Instagram sebagai media dakwah, semoga penelitian skripsi ini dapat menjadi bahan informasi dan referensi.

DAFTAR PUSTAKA

Alwisral Imam Zaidalah dan Khaidir Khatib Bandaro, *Strategi Dakwah dalam Membentuk Diri dan Khatib Profesional*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2005), Cet-2

Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983)

Daryanto, *Media Pembelajaran*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010)

Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta:PT Raja Grafindo Persda.2002)

<http://fadhilahms3.blogspot.com/2016/04/poster-sebagai-media-dakwah.html>.
Diakses pada 16 Januari 2019 pukul 13.00 WIB

Jahi, Amri, *Komunikasi Massa dan Pembangunan di Negara-negara Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1988)

Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006) Ed.1 Cet. 1,

Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi*. (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2015),

Witherington, H. C. *Psikologi Pendidikan*. (Jakarta : Aksara Baru, 1999)