



Utilization of Instagram as a Media for Preaching by IAI ALAZIS Students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program in 2016

Irfan Maulana Ashof^{1*}, Muhammad N. Abdurrazaq², Alfi Satria³

^{1,2,3}Al-Zaytun Islamic Institute

Corresponding Author: Irfan Maulana Ashof irfanmaulana@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Utilization of Instagram, Media Da'wah, Communication Students, Islamic Broadcasting

Received : 5 March

Revised : 23 April

Accepted: 25 May

©2025 Ashof, Abdurrazaq, Satria: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International.



ABSTRACT

Instagram is one of the social networking media that can be used as a platform for Islamic propagation (dakwah). This research aims to understand how Instagram is utilized by Islamic Broadcasting Communication students from the class of 2016 as a medium for dakwah and to identify the advantages and disadvantages of using Instagram in this context. This study employs a qualitative research method, with data collection techniques including interviews, observations, and documentation. Primary data sources were obtained from students of the Islamic Broadcasting Communication program at IAI AL-AZIS, class of 2026, while secondary data sources include literature such as books, journal articles, and internet platforms. The research findings indicate that Instagram usage by Islamic Broadcasting Communication students as a medium for dakwah is considered effective due to its broad audience reach and accessibility. Instagram is used both as a platform for delivering dakwah and as a source of dakwah content. Its advantages include its popularity among the public and ease of access at any time. However, some drawbacks exist, such as the high internet data requirement and the limited duration for video content

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah oleh Mahasiswa IAI ALAZIS Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Tahun 2016

Irfan Maulana Ashof^{1*}, Muhammad N. Abdurrazaq², Alfi Satria³

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

Corresponding Author: Irfan Maulana Ashof irfanmaulana@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Pemanfaatan Instagram, Media Dakwah, Mahasiswa Komunikasi, Penyiaran Islam

Received : 5 March

Revised : 23 April

Accepted: 25 May

©2025 Ashof, Abdurrazaq, Satria: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.



ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan dalam aktivitas dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 memanfaatkan Instagram sebagai sarana dakwah serta mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan penggunaan Instagram dalam konteks tersebut. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data primer diperoleh dari mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS angkatan 2016, sedangkan data sekunder berasal dari literatur seperti buku, artikel jurnal, dan sumber daring lainnya. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media dakwah dinilai cukup efektif karena mampu menjangkau audiens yang luas serta menawarkan kemudahan akses. Instagram dimanfaatkan tidak hanya sebagai media penyebaran pesan dakwah, tetapi juga sebagai sumber inspirasi dalam pembuatan konten dakwah. Kelebihan penggunaan Instagram terletak pada popularitasnya yang tinggi di masyarakat dan fleksibilitas akses tanpa batasan waktu. Namun demikian, terdapat beberapa kendala, antara lain kebutuhan terhadap kuota internet yang cukup besar serta keterbatasan durasi video yang dapat diunggah

INTRODUCTION

Islam mengajarkan umatnya untuk senantiasa melaksanakan aktivitas dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan peradaban Islam sangat bergantung pada keberlangsungan kegiatan dakwah tersebut. Dakwah merupakan tanggung jawab yang melekat pada setiap individu Muslim, sehingga memiliki posisi sentral dalam proses perkembangan agama Islam. Apabila intensitas dakwah menurun, umat Islam akan mengalami kesulitan dalam menyaring serta memahami arus informasi yang bergerak cepat di era modern.

Secara etimologis, istilah dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah" yang tersusun dari tiga huruf dasar, yakni dal, 'ain, dan wawu. Dari akar kata ini, muncul berbagai makna seperti menyeru, mengundang, memohon, menamai, memerintahkan, mendorong, hingga mendoakan. Dengan demikian, dakwah dapat diartikan sebagai upaya untuk mengajak atau memanggil seseorang ke jalan yang benar.

Manusia sebagai makhluk sosial, tidak dapat hidup terlepas dari lingkungan masyarakat dan membutuhkan hubungan dengan sesama untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya. Kebutuhan akan hubungan tersebut mendorong terjadinya komunikasi, yang merupakan interaksi dinamis antarindividu. Dari pola interaksi ini kemudian berkembang penggunaan simbol, isyarat, serta berbagai bentuk media komunikasi. Sejalan dengan kemajuan teknologi, manusia semakin mampu mengembangkan berbagai perangkat mekanis guna menunjang dan mempermudah aktivitas kehidupannya.

Salah satu alat mekanis tersebut adalah smartphone atau gadget, yang sering digunakan sebagai alat komunikasi. Dalam penelitian ini, istilah "gadget" dibatasi pada penggunaan telepon seluler sebagai alat komunikasi. Telepon genggam atau handphone adalah alat komunikasi antarindividu yang memungkinkan percakapan jarak jauh. Telepon seluler merupakan perangkat komunikasi mandiri yang beroperasi dengan daya baterai, tidak bergantung pada sambungan kabel, dan berfungsi untuk menerima suara melalui transmisi sinyal. Telepon seluler yang paling populer saat ini adalah yang berukuran kecil dan ringan.

Smartphone adalah jenis gadget yang paling umum dimiliki oleh orang dari berbagai kalangan. Kecanggihan smartphone menawarkan beragam fitur, aplikasi, dan akses internet, dilengkapi dengan kamera beresolusi tinggi. Beragam fitur tersebut memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan jutaan orang di berbagai belahan dunia, termasuk dengan mereka yang sebelumnya tidak dikenal. Kehadiran gadget telah mengubah pola interaksi sosial, yang semula mengandalkan pertemuan langsung, kini dapat berlangsung secara virtual. Interaksi antarindividu mulai tergantikan dengan interaksi manusia-gadget.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan sebagai sarana dakwah di era digital. Melalui Instagram, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan kepada khalayak luas dengan menggunakan berbagai format visual, seperti foto dan video, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik, komunikatif, dan mudah diterima oleh audiens. Keunggulan Instagram terletak pada kemampuannya dalam menggabungkan elemen visual dan audio, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara lebih intens melalui konten kreatif.

Instagram sendiri adalah sebuah aplikasi berbasis media sosial yang berfungsi untuk berbagi foto dan video antar pengguna. Aplikasi ini berada di bawah naungan Facebook (sekarang Meta Platforms, Inc.), sehingga memungkinkan adanya integrasi antarplatform, seperti memperbolehkan teman Facebook untuk mengikuti akun Instagram pengguna secara langsung. Dengan tingginya tingkat popularitas dan penetrasi penggunaannya di berbagai kalangan, Instagram menjadi daya tarik tersendiri bagi para da'i dan da'iah. Mereka melihat platform ini sebagai media efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman, membangun komunitas dakwah, serta memperluas jangkauan dakwah mereka melintasi batas geografis dan budaya. Melalui Instagram, dakwah menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan zaman, dengan memanfaatkan kekuatan visual sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan yang lebih relevan dan mudah diakses oleh generasi digital.

Oleh karena itu, penulis mengambil judul penelitian "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah oleh Mahasiswa IAI AL-AZIS Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Tahun 2016."

LITERATURE RIVIEW

Pengertian Dakwah

Kata "dakwah" secara etimologis berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'ā - yad'ū - da'watan*, yang memiliki makna dasar mengajak, menyeru, atau menyampaikan informasi. Dalam konteks terminologis, dakwah didefinisikan sebagai suatu aktivitas mengajak individu atau kelompok masyarakat menuju kebaikan serta mencegah mereka dari melakukan keburukan. Adapun ilmu dakwah merupakan cabang keilmuan yang secara sistematis membahas strategi, metode, serta pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat (*mad'u*). Tujuan utamanya adalah agar nilai-nilai Islam dapat terinternalisasi dan diimplementasikan dalam kehidupan nyata, dengan orientasi akhir berupa pencapaian ridha Allah SWT serta kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Metode Dakwah

Istilah "metode" berasal dari bahasa Yunani *methodos* yang berarti "jalan" atau "cara," dan dalam bahasa Jerman dikenal sebagai *methodica*, yang mengacu pada ajaran tentang metode. Dalam tradisi bahasa Arab, metode dikenal dengan istilah *thariq*, yang juga merujuk pada suatu cara atau pendekatan tertentu. Dalam praktik dakwah Islam, terdapat beragam metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif, di antaranya metode edukatif, dialogis, dan persuasif. Metode edukatif dicontohkan sejak masa kenabian, yaitu dengan mendirikan institusi-institusi pendidikan Islam, seperti pesantren dan

perguruan tinggi, yang mengintegrasikan materi keislaman dalam kurikulum pembelajaran. Metode dialogis melibatkan interaksi langsung antara da'i (pemberi dakwah) dan mad'u (objek dakwah), di mana proses diskusi dijalankan untuk mengeksplorasi persoalan serta merumuskan solusi atas tantangan yang dihadapi dalam dakwah. Sementara itu, metode persuasif merujuk pada pendekatan Nabi Muhammad SAW dalam menyampaikan ajaran Islam secara lembut dan tanpa paksaan, sehingga memungkinkan mad'u merespons dakwah secara sukarela dan dengan kesadaran hati yang tulus.

Pengertian Instagram

Instagram merupakan sebuah platform digital berbasis aplikasi yang dirancang untuk berbagi konten visual, seperti foto dan video. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar atau merekam video, menerapkan berbagai filter digital, serta membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk jejaring internal milik Instagram sendiri. Instagram dapat dioperasikan pada perangkat iPhone, iPad, dan iPod Touch yang mendukung sistem operasi terbaru. Selain itu, aplikasi ini tersedia dan dapat diunduh melalui layanan distribusi aplikasi resmi seperti Apple App Store dan Google Play Store. Instagram memiliki beberapa fitur utama, termasuk sistem pengikut yang memungkinkan pengguna saling mengikuti, memberi tanda suka, dan berkomentar pada unggahan pengguna lain. Pengikut dan jumlah tanda suka dapat memengaruhi popularitas suatu foto. Fitur lain adalah mengunggah foto dan video, yang memungkinkan pengguna berbagi konten visual dari kamera mereka. Instagram juga digunakan untuk publikasi kegiatan sosial, memanfaatkan label atau tagar untuk mempromosikan acara sosial baik lokal maupun internasional. Selain itu, sebagai jejaring sosial, Instagram memungkinkan foto dan video dibagikan ke platform lain seperti Facebook dan Twitter. Terakhir, unggahan yang masuk ke halaman populer dapat dikenal secara internasional dan membantu pengguna menambah pengikut, meskipun popularitas ini dapat digantikan oleh konten baru yang lebih populer.

METHODOLOGY

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menggali suatu fenomena dalam konteks alaminya, tanpa melakukan intervensi eksperimental terhadap subjek yang diteliti. Jenisnya adalah penelitian lapangan yang bertujuan untuk mengembangkan teori dengan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di Gedung Perkuliahan H.M Soeharto, Institut Agama Islam ALAZIS, Indramayu, selama September-November 2020. Sumber data meliputi data primer, yakni wawancara dengan pengguna Instagram yang berdakwah, dan data sekunder berupa studi pustaka. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi langsung di lapangan, wawancara mendalam dengan informan kunci, serta analisis terhadap dokumen-dokumen yang relevan. Data dianalisis dengan menyusun informasi wawancara dan dokumen dalam pola tertentu hingga menghasilkan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan triangulasi dan ketekunan pengamatan untuk memeriksa konsistensi dan keakuratan informasi.

RESULT AND DISCUSSION

Pemanfaatan Intagram Sebagai Media Dakwah

Pertumbuhan Instagram yang sangat signifikan telah menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat. Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di kawasan Asia Pasifik. Sebagian besar pengguna Instagram di Indonesia, yaitu sekitar 59 persen, merupakan kalangan muda berusia 18 hingga 24 tahun yang umumnya memiliki latar belakang pendidikan yang baik dan kondisi ekonomi yang relatif mapan. Platform ini dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia tidak hanya untuk berbagi pengalaman perjalanan, tetapi juga sebagai sumber inspirasi serta untuk mengakses informasi dan tren terkini. Keberadaan Instagram juga menarik perhatian berbagai kalangan, termasuk para pendakwah di media sosial, mengingat tingginya intensitas penggunaan platform ini oleh masyarakat yang mencari konten keislaman dan informasi religius.

Menurut Nisrina dalam Giantika (2019), Instagram merupakan aplikasi digital yang dirancang untuk membagikan foto dan video kepada publik. Aplikasi ini merupakan bagian dari ekosistem media sosial Facebook, yang memungkinkan integrasi akun, sehingga pengguna Facebook dapat mengikuti akun Instagram milik temannya. Seiring meningkatnya popularitas Instagram sebagai media berbagi visual, banyak pelaku bisnis daring memanfaatkannya sebagai sarana promosi produk. Secara umum, Instagram berfungsi sebagai wadah ekspresi diri, di mana individu dapat mempublikasikan aktivitas, benda, tempat, atau bahkan dirinya sendiri. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, Instagram terus berkembang menjadi salah satu platform media sosial paling populer yang digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat.

Manfaat dari penggunaan Instagram sebagai media sosial banyak sekali mulai dari mencari berita, isu politik, video lucu, lifestyle, dan juga konten-konten islami seperti dakwah juga bisa kita dapatkan di aplikasi Instagram. Oleh karena itu di zaman yang sudah berkembang ini kegiatan berdakwah pun bisa dilakukan melalui sosial media khususnya Instagram. Dakwah yang dilakukan bisa bermacam-macam seperti mengunggah foto yang berkaitan dengan materi dakwah yang ingin disampaikan, kita dapat menulis caption dan berdakwah lewat caption tersebut. Selain itu, kita juga dapat melakukan kegiatan berdakwah melalui video yang dapat kita unggah langsung ke sosial media Instagram. Tidak hanya Foto dan video tetapi Instagram juga mempunyai beberapa fitur yang dapat digunakan untuk berdakwah.

Sejumlah dai atau pendakwah turut memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman. Di antaranya adalah Ustaz Yusuf Mansur dan Ustaz Felix Siau, yang dikenal sebagai tokoh dakwah aktif dengan jumlah pengikut (followers) yang signifikan. Pemanfaatan Instagram oleh para aktivis dakwah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan penyebaran dakwah, terutama melalui penyampaian nasihat-nasihat keagamaan yang disajikan secara menarik dan sesuai dengan karakteristik media. Popularitas Instagram sebagai media sosial yang menjangkau berbagai lapisan masyarakat, khususnya kalangan remaja dan dewasa, menjadikannya sebagai salah satu platform yang strategis dalam mendukung kegiatan dakwah kontemporer.

Pernyataan ini diperkuat oleh temuan hasil wawancara yang dilakukan terhadap delapan informan, di mana empat di antaranya mengemukakan pendapat sebagai berikut: Informan ke 2 yaitu Risqal Rullah yang sekarang berstatus sebagai mahasiswa berpendapat bahwa “dulu saya pernah bersama perkumpulan alumni sekolah saya menyantuni anak yatim namun dengan uang kas yang kita punya saja itu pun menurut saya masih belum cukup untuk kebutuhan mereka, dari yang saya lihat konten dakwah tentang menyantuni anak yatim semangat saya kembali lagi untuk melakukan apa yang pernah saya dan teman saya lakukan dan setelah saya melihat konten tersebut saya memiliki ide bagaimana kalau saya membantu anak yatim sekaligus mengajak orang lain yang belum saya kenal untuk membantu berdonasi juga dengan cara melihat konten yang saya buat tentang dakwah dengan pembahasan santunan anak yatim, jadi saya dan teman alumni sekolah saya membantu santunan ke anak yatim dan juga mengajak orang untuk ikut serta berdonasi juga maka ganjarannya berkalilipan Insya Allah, menurut saya kaum milenial itu lebih suka dengan kegiatan yang action maksudnya lebih suka kegiatan contohnya berdonasi tersebut dengan cara langsung ke lapangan nah untuk di media sosialnya terutama instagram hanya untuk informasi tentang kegiatan santunan anak yatim itu dan juga bisa untuk mengajak orang lain untuk berdonasi juga maka anak yatim tersebut bisa dapat bantuan bukan hanya dari kalangan kita saja namun banyak yang memperhatikan atau membantu mereka.”



Gambar 1. Foto Ilustrasi kegiatan Santunan Anak Yatim

Dari pernyataan informan di atas, menunjukkan bahwa media social Instagram sangat bermanfaat dalam aktivitas penyebaran dakwah serta membuktikan bahwa dakwah melalui Instagram juga dapat memberikan pengaruh positif dalam kehidupan nyata bagi pendengar dakwahnya.

Informan ke 3 bernama Saepul Pattah yang juga sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi penyiaran Islam, ketika diwawancarai ia mengatakan pendapat tentang manfaat Instagram sebagai media penyiaran dakwah. Ia berpendapat sebagai berikut:

“ Saya sering melihat dakwah melalui Instagram karena lebih mudah dan praktis, saya tidak ada waktu luang untuk mengikuti kajian seperti pengajian atau serangkaian acara keagamaan dikarenakan sibuk dan lelah bekerja.

Dengan adanya media social khususnya Instagram memberikan banyak manfaat positif. Ketika saya melihat salah satu video dakwah di Instagram yaitu tentang manfaat bacaan istighfar setelah menontonnya saya merasa sangat minim dalam pengetahuan agama dan semenjak itu saya sangat mengutamakan untuk membaca kalimat istighfar bahkan saya menyempatkan membaca kalimat istighfar ketika saya ada waktu luang walaupun sedikit seperti sedang menunggu bus di halte sedang mengantri dan setelah sholat saya selalu membaca istighfar. Perubahannya memang terkesan mendadak tetapi hal itu benar adanya setelah menonton video dakwah singkat di Instagram.”



Gambar 2. Foto Ilustrasi Membaca kalimat Istighfar

Dari pernyataan informan diatas memberikan gambaran kepada kita semua, bahwa hanya sekedar menonton video singkat dakwah melalui Instagram dapat membawa pengaruh positif dan memberikan manfaat nyata dengan perubahan perilaku di kehidupan nyata setelah mendengarkan dakwah melalui Instagram. Lalu dilanjut dengan Informan Ke 1 bernama Rahmatu Lailia juga berpendapat:

“Ketika saya melihat atau menonton konten dakwah tentang berzakat saya jadi teringat tentang rukun islam yang ke 3 ya itu berzakat, islam sudah dari dulu mengajarkan kita untuk berzakat karena dapat mensucikan harta yang kita miliki dan memang diwajibkan orang islam untuk berzakat untuk menjalankan perintah Allah SWT, dan menjadikan saya untuk peduli terhadap kondisi fakir miskin, dan setelah saya melihat konten dakwah tentang berzakat di instagram ini wawasan saya menjadi terbuka mengapa kalau kita menganalogikakan seperti ini contoh di indonesia masih banyak orang yang fakir miskin atau kurang mampu dan ketika orang yang mampu dalam perekonomiannya membayarkan zakat dari harta yang mereka miliki dan yang mendistribusikan zakat tersebut merata maksudnya kepada orang yang tepat sasaran maka dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat terutama kebutuhan cadangan makanan dan pakaian yang layak, apa lagi orang indonesia mayoritas islam, itu menurut analogi saya bagaimana tidak orang muslim harus membantu sesama orang muslim.”



Gambar 3. Foto Ilustrasi kegiatan Pembagian Zakat

Dari pernyataan Informan di atas membuktikan bahwa adanya manfaat setelah menonton video dakwah di Instagram.

Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Oleh karena itu, Instagram dianggap sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Keberadaan Instagram menarik banyak dai untuk berkontribusi dalam kegiatan dakwah melalui platform ini. Setiap media, pada dasarnya, berupaya untuk dioptimalkan fungsinya. Masing-masing media memiliki kelebihan dan kekurangan bila dibandingkan dengan media lainnya. Demikian pula, penggunaan Instagram sebagai media dakwah juga memiliki keunggulan dan kelemahan yang perlu diperhatikan.

Kelebihan Penggunaan Instagram Sebagai media Dakwah, yaitu:

1. Kemudahan dari segi akses, hanya dari smartphone saja kita sudah dapat mendengarkan dakwah yang kita inginkan serta masyarakat dapat mempelajari ajaran islam dimanapun dan kapanpun.
2. Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, yang membuka peluang besar bagi pengembangan dakwah. Tujuan utama dari dakwah melalui media sosial adalah agar pesan-pesan dakwah dapat diakses, baik dalam bentuk bacaan, tampilan visual, maupun audio oleh khalayak yang lebih luas.
3. Sebagai salah satu platform jejaring sosial yang familiar bagi penggunanya, Instagram telah dimanfaatkan secara efektif dalam kegiatan dakwah. Baik dai profesional maupun pendakwah yang baru mulai, dapat menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih santai dan tidak terkesan menggurui melalui Instagram. Pendekatan ini memungkinkan mad'u merasa lebih nyaman dan tidak tertekan oleh suasana formal, karena interaksi dilakukan secara daring tanpa tatap muka langsung. Hal ini menciptakan ruang bagi umpan balik yang lebih terbuka dan interaktif antara dai dan mad'u.

Instagram juga memiliki beberapa kekurangan dalam hal penyampaian dakwah, antara lain:

1. Penggunaan Instagram untuk dakwah dapat memberikan dampak negatif apabila tidak dilakukan dengan cara yang tepat dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang benar.

2. Dakwah yang disampaikan melalui Instagram mengurangi interaksi langsung antara dai dan mad'u, sehingga kedekatan emosional yang biasanya tercipta melalui pertemuan tatap muka menjadi terbatas atau bahkan tidak terbentuk.
3. Salah satu kelemahan dari dakwah melalui Instagram adalah bahwa dampak atau perubahan yang dihasilkan sulit untuk diamati secara langsung, karena interaksi yang terjadi bersifat virtual, dan perubahan perilaku mad'u tidak dapat terlihat dengan jelas.

Instagram menyediakan beragam fitur yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Di antara keunggulannya adalah kemampuan untuk menyampaikan pesan secara langsung dan terarah kepada sasaran yang dituju, serta kemudahan dalam mengakses materi dakwah tanpa harus berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Selain itu, konten dakwah yang dikemas secara menarik mampu meningkatkan minat dan kenyamanan audiens dalam menyimaknya. Hal ini sejalan dengan temuan dari wawancara dengan salah satu mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), yang menyatakan bahwa dirinya memanfaatkan Instagram sebagai media untuk berdakwah.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Berdasarkan penelitian tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam IAI AL-AZIS tahun 2016, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa memandang Instagram sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah. Dalam wawancara, mereka mengungkapkan bahwa Instagram memungkinkan pesan dakwah dilihat oleh khalayak luas. Mahasiswa memanfaatkan platform ini baik sebagai wadah utama untuk berdakwah maupun sebagai sumber akses bagi konten-konten dakwah. Instagram dipilih karena potensinya menjangkau banyak pengguna dan mendukung penyebaran pesan dakwah dengan cepat.

Instagram sebagai media dakwah memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan utamanya adalah popularitasnya di kalangan masyarakat luas serta aksesibilitas yang memungkinkan masyarakat menyaksikan konten dakwah kapan saja dan di mana saja. Namun, platform ini juga memiliki kekurangan, yaitu kebutuhan kuota internet yang besar untuk mengaksesnya, serta keterbatasan durasi video yang dapat disiarkan, yang menghambat penyampaian dakwah dalam format yang lebih panjang dan mendalam.

REFERENCES

- Aliyudin, A. (2010). Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(16), 181-196.
- Ariesmansyah, A., Indrianie, M., Arifin, R. K., & Lastari, R. (2024). *Dinamika Digital Governance: Antara Teori dan Praktek di Era 4.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Aziz, A. Z. A. (2020). Optimasi Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1(4), 216-226.
- Chairawati, F., & Putri, N. T. Da'iyah dan Perannya dalam Syi'ar Dakwah. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 3(1), 21-39.
- Darwis, M. (2019). Rejuvenasi Paradigma Dakwah Di Era 4.0. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(1), 58-67.
- Giantika, G. G. (2019). Pemanfaatan blog pribadi di instagram sebagai media komunikasi parenting (studi deskriptif kualitatif akun Instagram@ annisast). *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1-9.
- Irhamni, M. (2020). *Implementasi Dakwah Shalawat Menggunakan Media Sosial Youtube (Studi Kasus Channel Youtube Ahbabul Mushthofa Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN kudus).
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1-10.
- Moleong, L. J. (2002), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ratnaningtyas, E. M., Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Aminy, M. H., Saputra, N., & Jahja, A. S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. No. Januari. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rustam, M. (2015). Survei Penggunaan Telepon Genggam pada Masyarakat Nelayan di Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual Provinsi Maluku. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 9(1).

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Cet. Ke-27
- Wahana, A. (2019). Penerapan Media Sosial Berbasis Foto Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Berbasis Daring. *TRANSFORMASI*, 14(2).