

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas keagamaan. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, yang tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga sebagai media dakwah yang efektif. Pemanfaatan Instagram dalam menyebarkan pesan-pesan Islam telah menarik perhatian banyak kalangan, termasuk mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Dakwah sebagai upaya menyebarkan ajaran Islam harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Jika pada masa lalu dakwah dilakukan secara konvensional melalui ceramah langsung di masjid atau pengajian, kini dakwah dapat dilakukan melalui media sosial yang memiliki jangkauan lebih luas dan interaktif. Instagram, dengan fitur-fitur seperti Instagram Stories, Reels, IGTV, dan Live Streaming, memungkinkan para dai menyampaikan pesan keislaman secara lebih menarik dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda.

Komunikasi dakwah dalam konteks modern harus mampu memanfaatkan teknologi agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, penggunaan Instagram sebagai media dakwah merupakan bentuk adaptasi yang strategis dalam menghadapi perubahan pola konsumsi informasi di era digital (Hafied Cangara, 2018:72).

Fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi bagian dari strategi dakwah yang mereka lakukan. Mahasiswa memanfaatkan Instagram tidak hanya untuk

membagikan kutipan ayat suci atau hadis, tetapi juga menyajikan konten dakwah yang kreatif dan komunikatif, seperti desain poster islami, video singkat motivasi hijrah, konten edukatif dalam bentuk carousel, serta diskusi interaktif melalui fitur Q&A di Instagram Stories.

Bahkan beberapa di antara mereka membentuk komunitas dakwah digital atau akun kolektif yang secara konsisten menyebarkan pesan-pesan keislaman dengan gaya santun, ringan, dan relevan bagi generasi muda. Dakwah melalui Instagram bukan lagi bersifat satu arah, melainkan bersifat dua arah dan partisipatif, memungkinkan terjadinya komunikasi dan diskusi langsung dengan audiens.

Mahasiswa sebagai calon dai dan komunikator Islam dituntut untuk tidak hanya memahami ilmu agama, tetapi juga menguasai keterampilan digital, memahami algoritma Instagram, strategi penjadwalan konten, penggunaan hashtag yang tepat, hingga membangun engagement dengan followers. Hal ini menjadi bagian penting dalam merancang dakwah yang efektif dan menjangkau lebih banyak kalangan (Kotler, 2021:231).

Komunikasi massa melalui media sosial memiliki karakteristik seperti jangkauan luas, kecepatan penyebaran informasi, serta potensi interaktivitas yang tinggi (Denis, 2010:89). Dalam konteks dakwah, ketiga karakteristik tersebut dapat dimanfaatkan untuk memperkuat penyampaian nilai-nilai Islam. Akan tetapi, di sisi lain, penggunaan media sosial sebagai alat dakwah juga menghadirkan tantangan tersendiri.

Salah satu tantangan utama adalah menjaga substansi dan esensi dakwah Islam agar tidak terdistorsi oleh budaya digital yang sering kali lebih mementingkan visualisasi dan viralitas. Oleh karena itu, mahasiswa perlu menguasai strategi konten yang tepat agar dakwah tetap edukatif, inspiratif, dan sesuai dengan prinsip Islam (M. Syarifudin, 2020:114).

Selain itu, aspek etika berdakwah di media sosial juga perlu menjadi perhatian penting. Dakwah digital harus dilakukan dengan pendekatan yang

santun, tidak provokatif, serta mencerminkan akhlak Islam yang mulia, terutama dalam menghadapi komentar negatif atau perbedaan pandangan yang kerap muncul di dunia maya (Saepudin, 2019:58).

Berdasarkan berbagai aspek di atas, pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon merupakan fenomena menarik dan relevan untuk diteliti. Media sosial tidak hanya menjadi saluran alternatif dakwah, tetapi juga medan dakwah baru yang menuntut kecakapan digital, pemahaman komunikasi strategis, serta komitmen terhadap nilai-nilai Islam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa memanfaatkan platform ini untuk berdakwah, faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas dakwah tersebut, serta efek yang ditimbulkan dari aktivitas dakwah melalui Instagram.

Faktor-faktor inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“PEMANFAATAN APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON.”**

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan topik penelitian ini, di antaranya yaitu:

- 1) Kurangnya pemahaman mendalam mengenai strategi, metode, dan etika dakwah digital di kalangan mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, khususnya dalam aspek penggunaan platform Instagram sebagai sarana dakwah.
- 2) Tantangan bagi da'i untuk membuat konten yang kreatif dan inovatif dalam menyajikan pesan dakwah melalui Instagram

- 3) Da'i menghadapi tantangan berat untuk membuat konten dakwah yang mampu bersaing dengan konten-konten populer lainnya.
- 4) Perubahan pola komunikasi masyarakat akibat perkembangan teknologi, terutama dalam penggunaan media sosial seperti Instagram.
- 5) Perlunya pemahaman dan keterampilan dalam membuat konten dakwah yang sesuai dengan karakteristik media digital agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif.
- 6) Kurangnya pemahaman atau keterampilan dalam menyampaikan dakwah yang efektif.

C. Pembatasan masalah

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam (FDKI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dari semester 4-8 terdiri dari 3 mahasiswa Komunikasi penyiaran Islam, 3 mahasiswa Bimbingan Konseling Islam, 2 mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam dan 2 mahasiswa Sosiologi Agama sehingga, jumlah informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah 10 orang. serta aktif memanfaatkan Instagram sebagai sarana dakwah. Fokus penelitian ini adalah pemanfaatan aplikasi Instagram dalam media dakwah, yang mencakup: Jenis konten dakwah yang diunggah, Strategi penyampaian pesan dakwah, Interaksi dengan audiens dan Efektivitas penggunaan

D. Pertanyaan penelitian

- 1) Bagaimana pemanfaatan aplikasi Instagram sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam UIN Siber syekh Nurjati Cirebon?
- 2) Bagaimana Faktor-faktor yang menghambat mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam dalam melaksanakan dakwah melalui Instagram?

- 3) Bagaimana efek dakwah melalui instagram yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas dakwah komunikasi islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon?

E. Tujuan penelitian

- 1) Mengetahui pemanfaatan aplikasi Instagram sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
- 2) Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas dakwah melalui Instagram bagi mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
- 3) Mengetahui efek dakwah yang dilakukan mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon melalui Instagram.

F. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat di masa mendatang, yang mencakup manfaat secara teoritis maupun praktis diantaranya yaitu:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan bidang komunikasi Islam dan studi media digital. Kajian ini diharapkan dapat berkontribusi secara akademik dalam memahami integrasi media sosial dalam strategi dakwah di era digital. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi menjadi landasan bagi pengembangan teori komunikasi Islam yang lebih responsif terhadap dinamika media dan perkembangan teknologi komunikasi.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Mahasiswa

Manfaat penelitian ini bagi mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon Penelitian ini diharapkan dapat menambah

pemahaman keagamaan yang telah diperoleh sebelumnya oleh mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penelitian ini dapat dijadikan referensi pembandingan tentang aktivitas dakwah yang dilakukan pada platform media sosial lain

b) Bagi Akademisi

Penelitian ini memberikan manfaat bagi akademisi, khususnya dalam mempermudah media penyampaian dakwah, selain yang diperoleh melalui buku, hadis, dan literatur keislaman lainnya. Keberadaan Instagram juga berperan dalam mendukung pemenuhan kebutuhan akan sarana dakwah yang lebih modern dan interaktif.

c) Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat dengan mudah mengakses konten dakwah yang disampaikan melalui Instagram. Saat ini, Instagram bukan lagi sesuatu yang sulit dijangkau. Platform ini dapat diakses oleh masyarakat kapan saja dan di mana saja.

d) Bagi Dai

Memberikan pemahaman tentang cara menggunakan Instagram secara efektif untuk berdakwah dan membantu dai memahami strategi komunikasi yang relevan dengan tren media sosial.

e) Bagi Peneliti

Memberikan bekal bagi peneliti dalam mengaplikasikan ilmu komunikasi Islam dalam dunia profesional, terutama di era digital.