

PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI MASJID**Lutfi Maolana¹, Amin Sobar², Mahmudah³, Evi Risky Mularsih⁴**¹²³Sekolah Tinggi Agama Islam Publisistik Thawalib Jakarta⁴Institut Agama Islam Pematang¹lutfimaolana98@gmail.com, ²kokorondong@gmail.com³mahmudahiiq160809@gmail.com, ⁴eviriskymularsih@insipematang.ac.id

ABSTRAK

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggali peran Instagram dalam Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang. Fokusnya adalah bagaimana Instagram digunakan untuk sosialisasi kegiatan masjid dan dakwah agama. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode lapangan. Data dari observasi akun Instagram masjid digunakan untuk memahami konten dakwah. Proses produksi konten didokumentasikan dengan detail. Wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk wawasan komprehensif. Analisis data sistematis dengan reduksi dan triangulasi untuk validitas. Hasil penelitian menunjukkan: Penggunaan Instagram oleh Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang untuk dakwah sangat vital dalam sosialisasi dan interaksi sosial. Platform ini menyebarkan informasi kegiatan keagamaan seperti pelatihan ibadah, tilawah Al-Qur'an, seni dan budaya Islam, serta peringatan hari besar. Fitur posting foto, video, dan Instastory memungkinkan komunikasi efektif dengan jamaah dan masyarakat, menyampaikan pesan dakwah yang relevan. Instagram juga memperluas jaringan sosial masjid, mempromosikan kegiatan sosial, dan mendukung pembelajaran agama jarak jauh. Namun, risiko seperti dampak negatif dan kurangnya interaksi langsung antara da'i dan mad'u harus dielakkan dengan manajemen yang bijak dan perhatian terhadap etika. Mekanisme umpan balik yang terbuka perlu ditingkatkan untuk memperkuat hubungan dengan jamaah dan mad'u.

Kata Kunci: *Instagram, Media Sosial, Dakwah, Masjid*

ABSTRACT

The main objective of this research is to explore the role of Instagram in Masjid Ash-Shomad Tangerang City. It focuses on how Instagram is utilized for socializing mosque activities and religious outreach. The study employs a qualitative approach with field methods. Data from observing the mosque's Instagram account are used to understand the content of religious outreach. The content production process is meticulously documented. Semi-structured interviews are conducted for comprehensive insights. Systematic data analysis involving reduction and triangulation ensures validity. The findings indicate that the use of Instagram by Masjid Ash-Shomad Tangerang City for religious outreach is crucial for socialization and social interaction. The platform disseminates information about religious activities such as worship training, Quran recitation, Islamic arts and culture, and major religious observances. Features like photo posts, videos, and Instastories enable effective communication with congregants and the broader community, conveying relevant religious messages. Instagram also expands the mosque's social network, promotes social activities, and supports distance religious education. However, risks such as negative impacts and the potential lack of direct interaction between preachers and audiences should be mitigated through wise management and attention to ethics. Enhancing open feedback mechanisms is necessary to strengthen relationships with congregants and audiences.

Keywords: *Instagram, Social Media, Religious Outreach, Mosque*

A. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan kunci utama dalam menjaga dan menyebarkan ajaran Islam, sesuai dengan ajaran Nabi yang menegaskan pentingnya berdakwah. Pendekatan ini dapat dilakukan melalui tiga cara: dengan tangan, lisan, dan hati. Seiring waktu, interpretasi dari ketiga metode ini berkembang menjadi berbagai bentuk, termasuk dakwah kultural dan struktural yang berevolusi dari dakwah melalui tangan. Beberapa kelompok bahkan mengambil pendekatan radikal dalam praktik dakwah mereka. Kesuksesan dakwah sangat tergantung pada penggunaan metode yang sesuai, termasuk penggunaan media dakwah sebagai sarana utama. Di era digital saat ini, penting untuk mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan media yang tersedia. Situs dan aplikasi yang semakin banyak hadir telah menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi yang mampu menjangkau secara luas, dari tingkat lokal hingga internasional.

Pendakwah memanfaatkan berbagai strategi dalam berdakwah di media sosial, tidak hanya melalui tulisan atau percakapan, tetapi juga dengan konten-konten audiovisual seperti gambar, suara, dan ceramah. Pilihan metode ini dipengaruhi oleh minat dan tren yang sedang berlangsung. Pendekatan ini mampu menarik minat beragam kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa, sehingga jumlah pengikut mereka terus bertambah (Muchlas, 2022, p.01). Di era digital, dakwah melalui media sosial memanfaatkan viralitas untuk menyebar luas. Media ini lebih efektif dan terkini dibandingkan media tradisional. Tokoh seperti Gus Miftah dan Gus Baha telah berhasil membangun kanal dengan jutaan pengikut, menjadikan mereka terkenal secara cepat. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube memberikan dampak besar terhadap keterkenalan para pendakwah. (Wibowo, 2019).

Media sosial, meskipun menyediakan akses yang luas, sebenarnya terbagi ke dalam segmen-segmen berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama, dan latar belakang individu. Interaksi antara pendakwah dan pengikutnya melalui komentar dan pesan singkat memfasilitasi penyampaian pesan dakwah secara langsung. Pendakwah secara konsisten berusaha mempertahankan kehadiran mereka di media sosial karena potensi dampaknya yang besar. Penggunaan media sosial untuk dakwah memiliki dampak positif dan negatif. Salah satu keuntungannya adalah memungkinkan pengikut untuk mengakses informasi dakwah terbaru dengan cepat dan fleksibel. Namun, di sisi lain, media sosial sering dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan-pesan negatif seperti permusuhan dan kekerasan, yang dapat mempengaruhi pandangan dan sikap masyarakat secara negatif. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dampak dari setiap konten yang diposting untuk memastikan dakwah yang dilakukan dapat memberikan manfaat positif secara menyeluruh. (Sumadi, 2016).

Akun Instagram @masjid.ashshomad berhasil menarik perhatian anak muda dengan pendekatan dakwah yang efektif melalui media sosial. Dengan lebih dari 1072 pengikut, Masjid Ash Shomad Kota Tangerang mengemas dakwah dalam format audio visual yang sesuai dengan bahasa anak muda. Postingan mereka sering

mengangkat tema-tema dakwah yang sedang populer di kalangan anak muda, seperti santunan anak yatim yang disertai dengan audio dakwah dari Ustadz Abdul Shomad. Pendekatan ini berhasil membangun hubungan komunikasi antara masjid dan generasi muda, memfasilitasi penyebaran pesan-pesan dakwah yang lebih luas dan mudah dimengerti. Dengan memanfaatkan platform ini, Masjid Ash Shomad Kota Tangerang tidak hanya menginspirasi dan mendidik, tetapi juga meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah.

Pesan dakwah disampaikan dengan cara yang ramah dan tidak mengesankan superioritas, sehingga menarik perhatian dan menghibur pengguna Instagram tanpa menimbulkan kecaman. Pendekatan dakwah seperti ini diminati oleh generasi muda. Hasil observasi ini menjadi landasan studi yang perlu diperdalam, khususnya terkait penggunaan Instagram sebagai alat dakwah di Masjid Ash Shomad Kota Tangerang. Fokusnya adalah pada konten audio visual singkat namun efektif, yang menjadi strategi yang dapat dimaksimalkan oleh Masjid Ash Shomad Kota Tangerang. Studi ini berjudul "Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah di Masjid Ash-Shomad Citra Raya Tangerang Banten," dipilih berdasarkan meningkatnya aktivitas dakwah melalui media elektronik modern seperti radio, televisi, dan internet. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah dalam pengembangan dakwah melalui platform Instagram di Masjid Ash-Shomad Citra Raya Kota Tangerang.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk secara mendalam mengeksplorasi peran Instagram dalam konteks Masjid Ash Shomad Kota Tangerang. Penelitian ini fokus pada dua aspek krusial: pertama, bagaimana Instagram digunakan sebagai alat sosialisasi untuk menyebarkan agenda-agenda kegiatan dan informasi terkait masjid kepada masyarakat; kedua, bagaimana platform ini dimanfaatkan sebagai sarana dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan memperluas jangkauan audiens dalam upaya meningkatkan pemahaman dan partisipasi komunitas terhadap kegiatan keagamaan yang dilakukan di Masjid Ash Shomad Kota Tangerang.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan yang menitikberatkan pada interpretasi nilai-nilai dalam konteksnya. Pendekatan ini melibatkan pengamatan langsung dan interaksi dengan komunitas untuk memahami perspektif mereka terhadap lingkungan sekitarnya. Fokus utama penelitian adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai perkembangan dakwah melalui media Instagram Masjid As-Shomad Citra Raya di Kota Tangerang, Provinsi Banten. Selain itu, penelitian juga melibatkan analisis terhadap strategi dan penggunaan media sosial ini dalam konteks dakwah, serta platform-platform serupa yang relevan.

Untuk memastikan keberhasilan dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, dan dokumentasi di Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang terkait dengan penggunaan Instagram untuk

dakwah. Sedangkan data sekunder mencakup berbagai dokumen seperti artikel, jurnal, buku, dan literatur yang relevan dengan media sosial, serta akun-akun yang terkait dengan dakwah di platform tersebut.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi rutin terhadap akun Instagram masjid untuk memahami perkembangan konten dakwah. Dokumentasi digunakan untuk merinci proses produksi konten, termasuk teknik editing video dan foto yang digunakan. Wawancara dengan narasumber yang terlibat dilakukan dengan panduan wawancara semi-terstruktur untuk mendapatkan wawasan yang komprehensif.

Analisis data dilakukan secara sistematis melalui tahap reduksi data untuk mengidentifikasi informasi utama, penyajian data untuk mengurai makna dan kesimpulan yang mungkin, serta penarikan kesimpulan untuk menggambarkan temuan yang baru. Validitas data dipastikan melalui teknik triangulasi yang menggabungkan berbagai sumber data dan melalui diskusi dengan ahli, termasuk dosen pembimbing dan seorang ustad yang berpengalaman dalam dakwah. Diskusi ini memberikan masukan dan validasi terhadap data yang dikumpulkan selama penelitian, sehingga memastikan keakuratan dan keandalan hasil penelitian ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penggunaan Instagram dalam Mensosialisasikan Masjid Ash – Shomad

Sosialisasi melibatkan penelitian tentang budaya dan lingkungan sosial dari masyarakat yang terlibat, serta interaksi sosial dan perilaku mereka. Ini adalah bagian paling krusial dalam sistem-sistem sosial karena melalui proses ini individu terlibat dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi. Sosialisasi memungkinkan masyarakat berpartisipasi untuk kepentingan hidup mereka dan mengembangkan generasi mendatang untuk keberlanjutan kehidupan. Sosialisasi, yang mencakup pembelajaran tentang berbagai aspek kehidupan seperti bahasa, norma, nilai, sistem sosial, ilmu pengetahuan, mata pencaharian, seni, agama, dan lain-lain, menjadi tanggung jawab orang tua, masyarakat, dan pemerintah untuk mengajarkannya dan mewariskannya kepada anak dan masyarakat, namun masih banyak yang kurang memperhatikan hal ini, sehingga anak-anak mungkin kurang memahami perbedaan antara perilaku yang sesuai atau tidak sesuai dengan norma, nilai, dan budaya masyarakat (Ismail, 2019).

Agen sosialisasi memainkan peran utama dalam kesuksesan proses sosialisasi dengan menyebarkan dan menanamkan nilai-nilai serta norma-norma dalam materi sosialisasi. Keberhasilan tergantung pada mekanisme yang terencana dengan baik dan ditampilkan dalam pola proses sosialisasi yang efektif. Ketika proses-proses ini tersusun dengan baik, informasi mengenai materi sosialisasi dapat disampaikan dengan tepat kepada sasaran sosialisasi. Soejono Dirjosisworo menjelaskan bahwa sosialisasi melibatkan beberapa aktivitas, di antaranya adalah proses belajar di mana individu menyesuaikan diri

dengan menahan, mengubah impuls dalam dirinya, dan mengadopsi cara hidup atau budaya masyarakat, serta mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola nilai, dan tingkah laku yang berlaku dalam masyarakat tempat ia hidup, semua itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri individu (Anwar, 2018).

Instagram digunakan untuk mensosialisasikan agenda, baik yang bersifat rutin maupun tidak. Selain sebagai saluran untuk menginformasikan agenda, sosialisasi di platform ini juga berperan dalam memotivasi donatur dan masyarakat agar aktif berpartisipasi dalam agenda-agenda tersebut. Masjid Ash-Shomad menggunakan berbagai fitur seperti story, post, dan feeds untuk menyampaikan informasi. Misalnya, untuk agenda harian, mereka lebih cenderung menggunakan fitur story karena informasi tersebut bersifat aktual dan singkat. Sementara untuk agenda besar, mereka menggunakan post untuk dokumentasi dalam jangka waktu yang lebih panjang, memungkinkan masyarakat untuk melihat riwayat kegiatan yang telah dilakukan oleh Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang. Berikut adalah contoh sosialisasi masjid melalui akun instagram sebagai berikut:



Gambar 1. Sosialisasi melalui Fitur Story



Gambar 2. Sosialisasi melalui Fitur Post

Instagram, sebagai platform media sosial yang paling populer saat ini, menawarkan beragam bentuk komunikasi yang memudahkan penggunanya dengan fitur-fitur yang beragam. Fitur-fitur utama yang menonjol dalam konteks penggunaannya sebagai media dakwah meliputi kemampuan untuk mengunggah foto dengan filter manual yang mempercantik tampilannya sebelum diunggah, video dengan durasi maksimal 60 detik untuk berbagai jenis konten termasuk dakwah, dan Instastory atau Snapgram yang memungkinkan pengguna berbagi konten foto dan video secara sementara selama 24 jam. (Atmoko, 2012, p. 10).

Fitur-fitur utama tersebut digunakan oleh masyarakat umum untuk menyebarkan pesan dakwah Islam. Foto, instastory, dan video digunakan sesuai dengan kemampuan dan preferensi untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Instagram berperan penting sebagai platform dakwah, seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan penelitian, bahwa Instagram efektif dalam menyebarkan kebaikan. Atika menekankan pentingnya menyampaikan pesan walau hanya satu ayat, menggunakan Instagram sebagai sarana efektif untuk dakwah. Sandi mencatat bahwa meskipun belum mahir sebagai Da'i, kita bisa berdakwah melalui video story di Instagram karena banyaknya pengguna platform ini, yang memungkinkan pesan dakwah mencapai audiens yang luas. Instagram memberikan berbagai manfaat sebagai media dakwah dengan memungkinkan penyaluran pesan dakwah secara luas, efektif jika dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, serta mampu menghasilkan inovasi dalam dakwah milenial yang menarik perhatian pengikut untuk menyebarkan pesan kebaikan melalui media sosial mereka (Deslima, 2020).

Banyak Da'i memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan pesan dakwah dengan mengubah foto atau video menjadi konten dakwah. Pengguna Instagram

dapat menerima dan menyebarkan pesan dakwah yang ada di platform tersebut. Pengguna umum Instagram, yang mayoritas memiliki aplikasi ini, dapat mengakses pesan dakwah dari berbagai akun dakwah Islam. Da'i yang menggunakan Instagram untuk menyampaikan pesan dakwah membuat masyarakat umum menjadi mad'u yang menerima pesan tersebut. Ini menunjukkan bahwa Instagram sangat efektif sebagai media dakwah. Sebagai platform yang sedang tren, Instagram mengundang banyak Da'i untuk berpartisipasi dalam dakwah melalui media ini. Semua konten media pada dasarnya dibuat dengan usaha untuk mencapai kesempurnaan (Al-khalidi, 2018, p.19).

2. Penggunaan Instagram dalam kegiatan Sosial dan Keagamaan Masjid Ash – Shomad

Ragam kegiatan keagamaan bervariasi di Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang, masing-masing mempertimbangkan tingkat pemahaman, kemampuan, dan kebutuhan lokal. Tujuannya adalah agar melalui program-program ini, masyarakat dapat mengembangkan kemampuan untuk mengatasi tantangan yang ada di sekitarnya, sambil tetap memahami isu-isu global yang relevan bagi peserta didik. Program-program ini dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan lokal dan kapasitas peserta untuk memastikan efektivitas dalam mengatasi tantangan yang ada di sekitar mereka, sambil tetap menyadari masalah-masalah global yang penting bagi para peserta didik. Masjid berperan sebagai pusat kegiatan multi-dimensional dalam kehidupan umat Islam, sebagaimana diungkapkan oleh Suyudi bahwa masjid berfungsi tidak hanya sebagai tempat ibadah dan menunggu wahyu pada masa Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam, Muhammad Sa'id Ramadhan Al Buthy menjelaskan masjid juga sebagai tempat penyelesaian masalah sosial masyarakat dengan berbagai manfaatnya seperti sebagai pusat informasi, fatwa, pengaturan, penerima tamu, tempat pernikahan, bisnis, layanan sosial, pertemuan militer, dan kesehatan (Khasanah, 2023).

Berbagai program kegiatan keagamaan yang dilaksanakan termasuk pelatihan ibadah perorangan atau berjamaah seperti membaca dua kalimat syahadat, shalat, zakat, puasa, haji, dan ibadah sunnah lainnya; program tilawah dan tahsin Al-Qur'an yang menekankan kefasihan dan keindahan dalam membaca ayat suci; apresiasi seni dan kebudayaan Islam untuk melestarikan dan memperkenalkan tradisi serta kesenian keagamaan melalui lomba kaligrafi, seni baca Al-Qur'an, puisi Islam, serta pertunjukan musik seperti marawis, gambus, kosidah, dan rebana; peringatan hari-hari besar Islam seperti Maulid Nabi Muhammad saw., Isra' Mi'raj, dan 1 Muharram untuk menghormati peristiwa bersejarah dalam Islam; serta syarat kecakapan ubudiyah sebagai program standar untuk meningkatkan kemampuan beribadah, yang diterapkan di masjid atas arahan Kementerian Agama Kantor Wilayah Jawa Timur.

Program-program keagamaan yang telah dijelaskan akan dipromosikan

melalui akun Instagram Masjid Ash-Shomad. Selain itu, platform ini juga akan dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan dakwah, baik yang disampaikan secara langsung di masjid maupun dalam bentuk cuplikan video seperti yang terlihat dalam gambar berikut:



Gambar 3. Kegiatan Keagamaan Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang



Gambar 4. Potongan Pesan Dakwah Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang di Instagram

Akibatnya, respons terhadap dakwah melalui Instagram cenderung

terbuka. Namun, platform ini juga memiliki kelemahan, seperti potensi memberikan dampak negatif jika tidak dilaksanakan dengan benar, mengurangi interaksi tatap muka langsung antara da'i dan mad'u, serta kurangnya kemampuan untuk mengamati efek dari proses dakwah secara optimal karena sifatnya yang virtual. (Fuadi, 2017). Banyak fitur Instagram yang bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah, dan kita bisa mengambil pelajaran berharga dari hal ini. Pesan dakwah dapat disampaikan langsung dengan fokus pada target audiens, memudahkan akses untuk menerima pesan dakwah tanpa perlu pergi ke tempat lain, serta materi yang disajikan dibuat menarik sehingga membuat penonton senang melihatnya. Seperti yang diungkapkan oleh masyarakat umum dalam wawancara, mereka menggunakan Instagram sebagai sarana untuk berdakwah (Muchlas, 2022, p.95).

Penggunaan Instagram memberikan manfaat yang signifikan dalam konteks pendidikan, sosial, dan keagamaan bagi Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang. Secara khusus dalam pendidikan, platform ini berperan sebagai sarana efektif untuk menyebarkan informasi edukatif seperti pengajian, kuliah agama, dan ceramah kepada jamaah masjid dan masyarakat umum melalui postingan, IGTV, atau Live di Instagram, serta memfasilitasi interaksi antara guru dan siswa melalui komentar atau Direct Message (DM) untuk mendukung pembelajaran jarak jauh dan responsif. Dengan keberadaan berbagai fitur yang tersedia, para aktivis dakwah dapat memanfaatkannya untuk mengembangkan pesan dakwah. Saat ini, banyak aktivis dakwah, baik secara individu maupun dalam bentuk komunitas, telah menyesuaikan pendekatannya dengan kemajuan teknologi (Hendra & Yuliardiana, 2021).

Aspek sosial, Instagram digunakan untuk memperluas jaringan sosial dan memperkenalkan Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang kepada lebih banyak orang dengan mempromosikan aktivitas sosial seperti bakti sosial, kunjungan ke panti asuhan, dan kegiatan kemasyarakatan lainnya melalui foto-foto dan cerita di platform ini. Selain itu, lomba atau kompetisi seperti lomba baca Qur'an, adzan, atau ceramah singkat juga diadakan melalui Instagram untuk memperkuat partisipasi jamaah masjid dan mempererat hubungan sosial antar komunitas. Instagram, dengan berbagai jenis konten seperti video, foto, quotes, dan Instagram story, dianggap sebagai sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara langsung kepada jutaan orang dalam waktu yang bersamaan, berbeda dengan metode tradisional seperti acara keagamaan yang terkadang memiliki keterbatasan dalam jangkauan dan waktu (Kharismawati et al., 2022).

Konteks keagamaan, Instagram berfungsi sebagai saluran dakwah yang efektif dimana Masjid Ash-Shomad menggunakan fitur IGTV untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah, kultum, tanya jawab agama, atau ceramah singkat, sehingga memungkinkan dakwah mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas pemahaman agama. Instagram juga membantu dalam memberikan

pengingat akan kegiatan keagamaan seperti jadwal shalat, pengajian rutin, atau acara keagamaan lainnya, yang mempertahankan keterhubungan antara jamaah masjid dan masyarakat dengan kegiatan keagamaan di Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan Instagram juga memiliki kekurangan. Beberapa di antaranya adalah potensi dampak negatif jika tidak digunakan dengan baik dan benar, pengurangan interaksi langsung antara da'i dan mad'u dalam dakwah, serta keterbatasan dalam mengamati efek dakwah secara maksimal karena sifatnya yang bersifat maya atau virtual (Rohmadi, 2016, p.135). Oleh karena itu, sangat penting bagi Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang untuk memperhatikan etika penggunaan Instagram dan menyediakan mekanisme komunikasi yang memungkinkan jamaah dan mad'u untuk memberikan umpan balik secara terbuka dan interaktif.

D. SIMPULAN

Penggunaan Instagram oleh Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang untuk mensosialisasikan agenda dakwah sangat penting dalam konteks sosialisasi dan interaksi sosial. Instagram berperan sebagai platform untuk menyebarkan informasi dan menggalang partisipasi masyarakat dalam dakwah dengan fitur-fitur seperti posting foto, video, dan Instastory. Dengan penggunaan yang cerdas, masjid dapat berkomunikasi secara efektif dengan jamaah dan masyarakat umum, menyampaikan pesan dakwah yang menarik dan relevan. Sebagai media sosial populer, Instagram memungkinkan pengguna berperan sebagai Da'i yang menyebarkan pesan dakwah dan mad'u yang menerima serta menyebarkan pesan tersebut kepada khalayak yang lebih luas, menjadikannya alat modern yang efektif untuk mempromosikan kebaikan dan nilai-nilai Islam kepada masyarakat.

Penggunaan Instagram oleh Masjid Ash-Shomad Kota Tangerang untuk dakwah sangat vital dalam sosialisasi dan interaksi sosial. Platform ini menyebarkan informasi kegiatan keagamaan seperti pelatihan ibadah, tilawah Al-Qur'an, seni dan budaya Islam, serta peringatan hari besar. Fitur posting foto, video, dan Instastory memungkinkan komunikasi efektif dengan jamaah dan masyarakat, menyampaikan pesan dakwah yang relevan. Instagram juga memperluas jaringan sosial masjid, mempromosikan kegiatan sosial, dan mendukung pembelajaran agama jarak jauh. Namun, risiko seperti dampak negatif dan kurangnya interaksi langsung antara da'i dan mad'u harus dielakkan dengan manajemen yang bijak dan perhatian terhadap etika. Mekanisme umpan balik yang terbuka perlu ditingkatkan untuk memperkuat hubungan dengan jamaah dan mad'u.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-khalidi. (2018). *Komunikasi Dakwah Gerakan Pemuda Subuh dalam Menggerakkan Shalat Subuh Berjamaah di Kota Lhokseumawe*. Surabaya: Unisa Press
- [Anwar. \(2018\).](#) Paradigma Sosialisasi Dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan

Jiwa Beragama Anak. *Jurnal Al-Maiyyah*, 11(01), 65 – 79

Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Deslima, Y. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai media Dakwah Bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1). doi:<http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v7i1.7151>

Fuadi, M. H. (2017). Pesan Dakwah Hasan Al-Banna dalam Buku Majmu'at al-Rasail. *Journal For Homiletic Studies*, 11(02), 30 – 42.

Hendra, M. D., & Yuliardiana, F. (2021). Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Konten Pada Akun @kpopers.hijrah). *Madania*, 11(01), 40 – 54.

[Ismail. \(2019\). Pentingnya Sosialisasi bagi Anak \(Studi Kajian Sosiologi Pendidikan\). Jisa, 02\(01\), 27 – 41.](#)

Kharismawati, S. H., Sari, F., & Maseni. (2022). Instagram @Motivasii_Hijrah Sebagai Media Dakwah Dalam Peningkatan Pengalaman Beragama Remaja Masjid Kampung Rawa Sugi. *Al – Hikmah*, 01(02), 16 – 23.

Khasanah, N. L., Arisca, L., Hidayat, H., Hidayah, N., Purwanto, Annarawati, R., & Abidin, Z. (2023). Manajemen Masjid Dalam Optimalisasi Peran Dan Fungsi Masjid Agung Al-Ikhlas Desa Beliti Jaya. *Jurnal Uluan*, 01(01), 21 – 34.

Muchlas. (2022). *Dakwah Muhammadiyah dalam Masyarakat Digital: Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: UAD Press.

Rohmadi. (2016). *Tips Produktif Ber-Sosial Media*. Jakarta; PT: PT ElexMedia.

Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 04(01), 170 – 181.

Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 332 – 348.