

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM BERDAKWAH**Ali Sodikin¹, Solikhah²**¹²Sekolah Tinggi Agama Islam Publisistik Thawalib Jakarta¹angintimur147@yahoo.com, ²likacloudself@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran media sosial dalam berdakwah dengan akun instagram @obyrezapost. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran instagram sebagai media dakwah akun instagram @obyrezapost dapat dilihat dari bagaimana Oby Reza sebagai pemilik akun memanfaatkan instagram sebagai media dakwah. Oby Reza selalu menyelipkan pesan dakwah disetiap unggahannya yang berbentuk foto maupun video yang telah diedit semenarik mungkin. Menggunakan setiap fitur yang disediakan oleh instagram supaya menarik perhatian pengikut dan pengguna lainnya.

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

ABSTRACT

This study aims to find out how the role of social media in preaching with the @obyrezapost Instagram account. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques with the method of observation, interviews and documentation. The data obtained were then analyzed by data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study indicate that the role of Instagram as a propaganda medium for the @obyrezapost Instagram account can be seen from how Oby Reza as the account owner uses Instagram as a propaganda medium. Oby Reza always inserts da'wah messages in each of his uploads in the form of photos and videos that have been edited as attractively as possible. Using every feature provided by Instagram to attract the attention of followers and other users.

Keywords: *Social Media, Instagram, Da'wah Media*

A. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan kewajiban bagi umat muslim. Setiap individu muslim yang telah baligh dan berakal, baik laki-laki maupun perempuan memiliki kewajiban untuk berdakwah. Dakwah adalah perintah Allah SWT pada umat Islam untuk menyampaikan kebaikan, mengajak pada kebaikan dan menjauhi dari perbuatan yang tercela. Abidin & Zainuddin menjelaskan: *Da'wah is defined as the activity of giving understanding of a concept or theory carried out by an individual or a group of people to other people who are the target of da'wah* (Baidowi, 2021).

Dakwah memiliki peran yang penting dalam kehidupan manusia. Setiap muslim memang berkewajiban menyampaikan dakwah kepada sesama sesuai dengan kapasitasnya, minimal seorang muslim mampu berdakwah terhadap dirinya sendiri. Dakwah dapat menjadi pendorong, penuntun, kompas, dan pembentuk struktur bagi manusia dalam perjalanan kehidupannya. Rasulullah SAW sebagai pembawa pesan yang diutus langsung oleh Allah SWT telah bersabda kepada umatnya untuk berusaha dalam melakukan tugas dakwah. “Barang siapa diantara kamu melihat kemunkaran maka hendaklah ia merubah dengan tangannya, jika tidak kuasa maka dengan lisannya, jika tidak kuasa dengan lisannya maka dengan hatinya, yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman.” (HR. Muslim)

Hadits diatas menjelaskan perintah untuk melakukan dakwah dengan kemampuan masing-masing individu. Apabila seorang muslim memiliki kekuasaan atau kedudukan yang tinggi maka dengan kekuasaannya itu ia diperintahkan untuk melaksanakan dakwah. Jika ia hanya mampu menggunakan lisannya atau perkataannya maka dengan lisannya itu ia diperintahkan untuk berdakwah. Jika tidak mampu menggunakan lisan maka dakwah pun tetap dilakukan dengan hatinya.

Berdakwah dapat menuntun seseorang menjadi lebih baik, dan mengubah pola pikir ke arah yang lebih baik menurut agam Islam. Dakwah menduduki posisi tertinggi dalam menentukan kemajuan Islam, karena perkembangan zaman baik dalam sejarah maupun praktiknya sangat ditentukan oleh kegiatan dakwah yang dilakukan umat Islam. Dalam kegiatan dakwah umat Islam tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga dapat dilakukan secara tidak langsung. Dakwah dapat dilakukan dengan metode yang sudah dicantumkan dalam Al-Quran dan Hadits. Ada beberapa media yang dapat menjadi metode dakwah agar isi pesan dakwah tersampaikan dengan baik. Media dalam berdakwah memiliki banyak jenis, baik bersifat umum maupun khusus. Media dakwah yang bersifat umum dapat digunakan oleh semua golongan dan dengan tujuan umum, seperti media cetak dan media elektronik. Sedangkan media dakwah yang bersifat khusus berupa mimbar, khutbah, masjid dan majelis taklim.

Dalam surat Ibrahim ayat 4 dijelaskan bahwa “Dan Kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dia Yang Mahaperkasa, Mahabijaksana”. Dilihat dari arti surat Ibrahim ayat 4 diatas yang memiliki makna

bahwa dakwah dapat disampaikan dengan bahasa yang semakin berkembang sesuai dengan zaman dan tidak menjauhkan isi dakwah dari arti yang sebenarnya.

Dakwah di Indonesia sebelumnya sangat monoton dengan hanya menggunakan metode ceramah untuk mengajak kepada kebaikan. Seiring berjalannya waktu metode dakwah harus berubah, supaya penerima pesan dakwah dapat lebih mudah mencerna isi pesan dakwah. Sebelum alat komunikasi berkembang luas, kondisi dakwah di Indonesia belum ada kemajuan yang berarti. Dakwah masih berajalan ditempat dan masih berkutat dalam persoalan klasik yang ada dalam masyarakat, walaupun ada sedikit perkembangan pada tataran teoritis, hal ini belum memberikan masukan yang berarti bagi perkembangan dakwah di Indonesia. Oleh karena itu, maju mundurnya aktivitas dakwah di Indonesia sangat tergantung pada keinginan umat Islam untuk melakukan perubahan sesuai dengan perkembangan zaman.

Dalah satu strategi dakwah yang dapat dilakukan oleh dai adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk menyiarkan kebenaran berdasarkan ajaran Al-Qur'an dan Al-Hadist. Media sosial diartikan sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain pada lingkungan sosial (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Media sosial adalah perangkat lunak yang berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul, berkomunikasi, dan berbagi antara individu dengan individu yang lain atau antara komunitas dengan komunitas lain (Sari, et.al., 2019). Pengguna sosial media yang mendunia, sangat membantu para *da'i* untuk menyebarkan dan menyiarkan ajaran Islam kepada banyak orang diberbagai belahan dunia baik secara lisan dan tatap muka melalui layanan siaran *streaming*, *virtual meeting*, serta layanan lainnya yang terdapat pada *platform* media sosial sehingga seluruh umat muslim dunia dapat dengan mudah mengakses dan mengikuti dakwah yang diselenggarakan oleh individu atau organisasi atau komunitas dakwah (Baidowi & Salehoddin, 2021)

Media sosial menjadi media komunikasi baru dilayanan internet yang memudahkan pengguna internet untuk membagikan dan mendapatkan informasi, serta menyampaikan pesan secara global dalam waktu singkat. Kehadiran media sosial dinilai membawa dampak besar dalam cara berkomunikasi diberbagai bidang. Dampak dalam perubahan cara berkomunikasi dari konvensional ke arah modern yang serba digital membuat media sosial menjadi media komunikasi yang berlangsung secara lebih efektif dan efisien. Dengan adanya media sosial, komunikasi menjadi lebih mudah dan cepat serta lebih transparan dalam menyampaikan informasi.

Salah satu media sosial yang diminati oleh pengguna internet saat ini adalah instagram. Banyaknya fitur yang disediakan oleh instagram, menjadikan instagram sebagai media sosial yang disukai berbagai kalangan. Sebagian besar pengguna internet lebih sering mengakses media sosial, menjadikan instagram sebagai salah satu media untuk berdakwah. Instagram memiliki pengaruh besar di era modern ini, karena banyak pengguna internet yang menggunakan instagram sebagai tempat untuk mencari dan berbagi informasi seputar dakwah. Hal tersebut menjadi peluang bagi

seseorang untuk menebar kebaikan dengan cara berdakwah, karena dakwah melalui media sosial dinilai mudah, cepat dan efektif. Dengan menggunakan media sosial biaya yang dikeluarkan sangat terjangkau sehingga kegiatan dakwah lebih efisien.

Salah satu aktivis dakwah yang juga seorang blogger menjadikan instagram sebagai media untuk berdakwah yaitu akun @obyrezapost. Akun tersebut memberikan informasi, pesan, dan motivasi yang berisi tentang agama islam dengan cara membagikan foto yang berisi kata-kata islami, serta potongan video nasihat atau ceramah dari berbagai tokoh Islam. Peneliti tertarik memilih akun instagram @obyrezapost karena pemilik akun tersebut adalah seorang blogger yang selalu menyelipkan pesan dakwah diantara konten yang diunggahnya. Selain itu, akun @obyrezapost juga memiliki lebih dari 1000 konten yang sudah diunggah, hal tersebut menarik perhatian para pengguna instagram untuk mengikuti akun @agungrezapost. Hingga saat ini followers akun @obyrezapost memiliki lebih dari 26,7 ribu.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya ilmu komunikasi sehingga dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan karya ilmiah terhadap mahasiswa/i lainnya serta sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya khasanah keilmuan yang positif kepada khalayak umum dengan media sosial sebagai saluran pesan dakwah.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Data diperoleh dan disusun bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data mengumpulkan data dengan menggunakan teknik dokumentasi, wawancara dan observasi. Berkaitan dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti mencari dan mengumpulkan data yang berhubungan dengan focus permasalahan. Adapun data yang akan dikumpulkan berasal dari foto dan video yang diunggah pada akun instagram @obyrezapost. Wawancara dilakukan kepada pemilik akun @obyrezapost. Peneliti berkunjung langsung ke lapangan untuk mengamati bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan sehari-hari, baik dari segi bentuk pelayanan terhadap konsumen maupun hal menarik lainnya. Pada penelitian ini, observasi dilakukan pada tanggal 28 September 2021.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumbernya. Data sekunder adalah data yang diterbitkan oleh organisasi yang bukan pengelolanya. Berdasarkan pada pemahaman tersebut, maka penelitian ini menggunakan sumber data primer yang merupakan owner atau pemilik dari @obyrezapost. Selain itu, sumber primer diperoleh dari pengikut (*followers*) akun @obyrezapost.

Setelah data dikumpulkan, maka perlu dilakukan analisis. Analisis data menurut Miles dan Huberman terdiri dari secara bersamaan, yaitu: pertama reduksi

data yaitu data-data yang didapat melalui wawancara dan dokumentasi dikumpulkan, kemudian dipilih data-data yang dibutuhkan. Kedua penyajian data yaitu Penulis akan memaparkan bagian-bagian yang menunjukkan instagram sebagai media dakwah @obyrezapost. Dan ketiga penarikan kesimpulan atau verifikasi yaitu peneliti menarik kesimpulan mengenai instagram sebagai media dakwah @obyrezapost dengan melihat data yang telah terkumpul dan teori yang sudah ada.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Pemilik Akun @Obyrezapost

Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup populer diberbagai kalangan masyarakat. Seiring berjalannya waktu, pengguna instagram pun juga semakin meningkat. Instagram tidak hanya aplikasi yang digunakan untuk mengunggah foto atau video pribadi. Tetapi dapat digunakan untuk memberi dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan seperti berdakwah melalui instagram. Berdakwah tidak hanya dilakukan dengan ceramah atau kajian umum, dengan menggunakan instagram yang bersifat luas memudahkan para da'i untuk memberikan pesan dakwah kepada para *mad'u*.

Semakin berkembangnya instagram, fitur yang disajikan juga semakin beragam. Dengan banyaknya fitur yang disajikan mempermudah para da'i untuk menyampaikan konten dakwah. Da'i dapat memilih fitur apa yang cocok untuk kontennya seperti menggunakan foto atau video yang berdurasi satu menit lebih, bisa juga menggunakan story yang hanya berdurasi 15 detik setiap unggahan, bisa juga dengan *reels* yang memiliki berbagai durasi dari 15 detik, 30 detik bahkan sampai satu menit, atau dakwah menggunakan fitur siaran langsung yang secara langsung ditayangkan di akun instagram dan pengikut akan dapat melihat siaran tersebut dimanapun mereka berada.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, berdakwah dengan cara berbagi foto atau video di instagram mempengaruhi minat semua kalangan terutama kalangan generasi muda saat ini. Isi pesan dakwah yang disampaikan dalam setiap konten pun sangat beragam, tidak hanya tentang ibadah lima waktu tetapi banyak amalan-amalan lainnya. Muriah menjelaskan dua peran dakwah pertama, mampu memberikan output terhadap masyarakat dalam arti memberikan dasar filosofi untuk membentuk realitas baru yang lebih baik dan Kedua depot mengubah visi kehidupan social kultural yang ada tidak hanya dipandang sebagai suatu kezaliman saja, tetapi juga dijadikan kondisi yang kondusif bagi terciptanya *baladun tayyibatun wa rabbun ghafur* (Farihah, 2014). Berdasarkan hasil wawancara dengan Oby Reza alasannya berdakwah melalui instagram adalah sebagai berikut:

“Berdakwah menjadi suatu kewajiban bagi setiap muslim, baik seseorangitu sedang dalam memperbaiki diri atau masih dalam proses memperbaiki diri. Ketika saya masuk di instagram dulu mengunggah foto-foto traveling dengan caption dakwah, dan berjalannya waktu ternyata menarik banyak orang dan

akhirnya saya ubah menjadi akun dakwah supaya akun ini bermanfaat untuk banyak orang di luar sana”

Sebagai seorang da'i Oby Reza Helmi memanfaatkan *instagram* sebagai media berdakwah, dengan akun @obyrezapost Oby Reza Helmi telah mengunggah 1.392 gambar dan video serta telah diikuti oleh 28 ribu lebih pengikut hingga saat ini. Dengan banyaknya pengikut di *instagram* Oby Reza tentunya menggunakan berbagai fitur untuk membuat konten dakwah menjadi lebih menarik diantaranya:

- a. *Followers* (pengikut). Follower sangat penting dalam berinteraksi di dalam *instagram*. Dengan adanya followers suatu akun dakwah akan mendapatkan feedback dalam suatu unggahan. Dengan menyukai suatu unggahan dan juga mengomentarnya meningkatkan hubungan antara da'i dan mad'unya. Dengan banyaknya *Followers* yang dimilikinya, Oby Reza juga terlihat selalu membalas komentar-komentar yang tercantum dalam salah satu unggahannya. Hal ini dilakukan untuk mempererat hubungan antara da'i dan para mad'u yang telah merespon isi pesan dakwah yang telah disampaikannya.
- b. *Upload* (Mengunggah Foto dan video). *Instagram* adalah tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Dengan mengunggah foto atau video dakwah di *instagram*, para mad'u dapat mengetahui isi dakwah dengan lebih singkat dan jelas. Selain itu dengan mengunggah foto dan video dapat menarik para *mad'u* untuk mengikuti akun dakwah @obyrezapost.
- c. *Caption* (Penjelasan). Adanya fitur caption supaya orang yang melihat foto yang diunggah dapat memahami maksud dari unggahan tersebut dengan membaca caption yang disediakan oleh pemilik akun. Sebagai pemilik akun @obyrezapost Oby Reza juga selalu menuliskan caption berisi pesan dakwah baik dari ayat-ayat Al-Qur'an, hadits Nabi, ucapan sahabat nabi dan para ulama. Dengan adanya caption ini, dapat membantu para mad'u lebih memahami makna dari konten yang diunggah.
- d. *Hashtags* (Tagar). *Instagram* memiliki fitur yang terhubung satu sama lain. Penggunaan fitur *hashtags* pada *instagram* juga mempengaruhi dalam penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Foto yang diunggah di *instagram* dengan menggunakan fitur *hashtags*, postingannya akan terlihat dipencarian atau *explore* sesuai dengan *hashtags* yang dipakai. Tidak hanya pengguna dari lokasi yang sama saja yang dapat melihatnya, tetapi pengguna *instagram* dari seluruh dunia juga dapat melihatnya. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk isi konten dakwah supaya dikenal masyarakat luas.
- e. *Direct Message* atau DM (Pesan). Fitur DM dapat memudahkan seseorang untuk mengirim dan membalas pesan dalam aplikasi *instagram*. Dalam berdakwah melalui *instagram* fitur DM sangat bermanfaat untuk para mad'u bertanya seputar dakwah kepada da'i tersebut. Oby Reza kadang

membuka sesi tanya jawab di instastory dan jawaban setiap pertanyaan akan dibalas melalui DM atau jawaban bisa dibagikan kembali di *instastory*.

“Kadang kalo aku lagi tidak upload konten dakwah, ada saja yang bertanya melalui DM, aku juga suka buka pertanyaan buat umum di instastory dan selalu aku jawab lewat DM, kalo kurang paham dengan maksud dari unggahan konten dakwah ada aja yang minta jelasin melalui DM ya saya jelaskan sampai seseorang ini paham maksudnya dari unggahan saya”

- f. *Instagram Stories (Instastory)*. Fitur stories di instagram tidak jauh berbeda dengan fitur unggah (upload) foto. Hanya saja yang membedakan adalah waktu atau durasi posting. Foto atau video yang diunggah kecerita instagram (*instastory*) hanya berlaku dua puluh empat jam sedangkan unggahan foto atau upload foto yang biasa dapat dilihat selamanya, selama pengguna tidak menghapus unggahan foto maka akan terlihat oleh pengguna lain. Oby Reza menggunakan fitur *stories* untuk berbagi sekilas informasi tentang dakwah dan kajian dakwah yang sedang dilaksanakan kepada semua orang. Dengan fitur stories yang hanya bertahan dua puluh empat jam maka informasi dakwah yang diunggah hanya bersifat sementara tidak menetap, contoh isi *stories* yang diunggah yaitu quotes harian, berbagi info kajian dan konten tanya jawab seputar dakwah.
- g. *Highlight*. Fitur *highlight* digunakan untuk mengarsipkan *story* yang dianggap penting bagi pengguna instagram. Oby Reza Helmi memiliki *story* yang diarsipkan. Hal ini dapat membantu dan memudahkan para mad'u atau *followers* dalam mencari konten dakwah yang diinginkan.
- h. *Reels*. Fitur *reels* adalah fitur terbaru dari aplikasi instagram. fitur ini menjadikan *instagram* menjadi semakin menarik karena konten yang diunggah akan semakin menarik. Dalam reels banyak sekali efek untuk memperindah unggahan dan menarik pengguna lainnya. Akan tetapi fitur ini memiliki durasi yang singkat sehingga pemilik akun dakwah harus mengunggah inti pesan dakwahnya saja. Baru-baru ini Oby Reza menggunakan fitur reels, karena fitur ini sedang populer dikalangan pengguna instagram. Seperti di dalam pernyataanya, yaitu:
“Karena zaman sekarang serba sosial media apalagi sedang masa pandemic begini banyak orang yang tidak kemana-mana jadi pasti banyak yang semakin aktif disosial media. Jadi aku baru mulai manfaatin reels buat konten dakwah yang sedikit simpel tapi mudah dipahami banyak orang. Contohnya dengan membuat video cerita pendek tentang tingkah laku yang baik atau buruk jadi penonton mudah memahami isi dari video itu sendiri.”

Instagram memiliki peran dalam mempermudah para da'i untuk berbagi konten dakwah kepada para *mad'u* diluar sana yang tidak terjangkau dengan dakwah yang dilakukan secara langsung. Sebagai salah satu da'i yang

menggunakan *instagram*, Oby Reza sangat aktif dalam mengunggah konten dakwah dengan menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh *instagram*. Karena fitur-fitur ini menjadikan konten dakwahnya semakin menarik dan mempermudah para *mad'u* untuk memahami isi konten dakwah yang telah diunggah. Abidin menjelaskan media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah pada zaman moderen, seperti, televisi, video, kaset rekaman, majalah, surat kabar, dan internet (Pattaling, 2013).

Dakwah pada umumnya dilakukan secara tatap muka, hal ini membuat orang harus menyediakan waktu untuk menghadiri kajian dakwah secara langsung. Namun pasti ada beberapa yang tidak sempat menghadiri kajian tersebut maka dengan adanya *instagram* dapat dimanfaatkan untuk menjadi media dakwah. Dengan menggunakan media sosial salah satunya *instagram*, jangkauan *mad'u* akan lebih luas karena penggunaanya lebih banyak sehingga bisa diakses siapapun dan kapanpun tanpa terikat oleh ruang dan waktu. Dakwah adalah cara yang digunakan subjek dakwah untuk menyampaikan materi dakwah atau bias diartikan metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang da'I untuk menyampaikan materi dakwah yaitu al-Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu (Aminudin, 2016).

Isi pesan dakwah akan tersampaikan melalui foto atau video yang diunggah oleh akun dakwah dengan caption yang dicantumkan dengan menggunakan ayat Al-Qur'an atau pun hadits. Menurut Oby Reza:

"Menurut saya berdakwah melalui instagram sangat membantu, selain mudah dicari juga sangat membantu apalagi dalam kondisi saat ini yang semuanya serba online. Instagram sebagai tempat untuk berdakwah sangat membantu dan fleksibel apalagi jika tujuannya adalah anak muda, konten-konten dakwah pun bervariasi di instagram jadi sangat menarik untuk dilihat dan di pahami. Saya sangat mendukung berdakwah melalui instagram, karena berdakwah tidak hanya bertatap muka secara langsung saja kan dakwah bisa dimana saja dan kapan saja kalo ada media sosial kaya instagram. Karena dengan adanya instagram, pesan dakwah yang disampaikan lebih mudah dipahami dan dimengerti. Jadi tidak usah jauh-jauh mencari tempat kajian langsung, mencari melalui instagram saja sudah banyak sekali konten dakwah yang bermanfaat. Kadang saya juga membagikan kembali konten dakwah yang menarik untuk saya bagikan lagi ke story instagram saya."

Peran *instagram* sebagai media dakwah bagi pengguna *instagram* yaitu dengan mengakses pesan dakwah melalui akun yang membuat konten dakwah, hal itu dapat menambah wawasan *mad'u* mengenai berbagai pesan dakwah. Konten dakwah pada *instagram* beranekaragam, sehingga *mad'u* bebas memilih mana yang menurutnya bagus dan sesuai dengan informasi dakwah yang dibutuhkan. Selain mengakses bisa juga dengan mengunggah ulang pesan dakwah tadi pada *feed Instagram* akun pribadi, atau dengan membuat postingan tetapi caption mengenai dakwah Islam. *Mad'u* dalam menyampaikan dakwah

juga sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, dengan mengajak pada kebaikan sama halnya dengan berdakwah.

Selain mengakses pesan-pesan dakwah dan mengunggah ulang melalui *feed Instagram* dan *instastory* terdapat pengguna yang khusus membuat akun yang berisikan konten dakwah dari berbagai akun da'i yang ada. Hal ini sebagai upaya dalam memanfaatkan Instagram sebaik mungkin salah satunya dengan berdakwah. Peran *Instagram* sebagai media dakwah oleh setiap mad'u berbeda-beda, meskipun demikian para *mad'u* tetap berupaya untuk menyebarkan dakwah melalui Instagram pribadi yang mereka punya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *Instagram*.

2. Efektivitas *Instagram* Sebagai Media Dakwah

Instagram menjadi media untuk berdakwah sangat berpengaruh saat ini. Berdakwah tidak hanya kajian secara bertatap langsung dengan da'i, banyak metode untuk melaksanakan dakwah dan dengan adanya media sosial seperti *instagram* sangat membantu dalam berdakwah kepada sesama umat. Semakin berkembangnya teknologi, dan dengan adanya *instagram* dakwah bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Sebagai salah satu pengguna *instagram* Oby Reza memilih merubah akunnya menjadi akun dakwah supaya tidak hanya konten hiburan saja yang dilihat mayoritas pengguna, tetapi konten muhasabah diri seperti dakwah harus diterapkan dalam setiap konten. Setiap konten yang ada di dalam *instagram* sangat berefek kepada penggunanya, maka konten dakwah juga termasuk di dalamnya. Dakwah dengan memanfaatkan *instagram* memudahkan para da'i untuk mendekat kepada *mad'u* yang sangat luas jangkauannya. Sebagai pemilik akun dakwah Oby Reza memiliki pernyataan tentang seberapa efektifnya *instagram* sebagai media dakwah, yaitu:

"Buat aku sih sekarang berdakwah melalui instagram sangat efektif, hamper semua orang aktif disosial media kan ya. Apalagi lagi masa pandemi begini banyak yang melakukan apapun dibatesin dan akhirnya dilakuin dirumah semua, jadi menurut aku diwaktu seperti ini lebih efektif melakukan kegiatan dakwah secara online ya kaya aku manfaatin instagram pribadi aku diselingi konten dakwah."

Dalam pernyataanya membuktikan bahwa *instagram* memiliki dampak yang efektif bagi para da'i untuk menjalankan dakwahnya. Dengan ini tidak hanya para da'i yang merasakan efek dari berdakwah melalui *instagram*, tetapi bagi *mad'u* pun *instagram* memiliki efek besar karena mudah diakses dalam mencari pesan dakwah yang sesuai dengan yang diinginkan.

Menurut Doni *follower* akun @Obyrezpost :

"Menurut saya instagram sangat efektif untuk mencari ilmu dakwah, saya memfollow akun ini karena merasa konten di dalamnya dikemas secara menarik dan tidak kaku. Saya sebagai pecinta tanaman, jadi disaat melihat postingannya ada pesan kebaikan yang diterima."

Nadia Puti Astari yang merupakan *follower* akun @Obyrezpost, menyatakan bahwa :

“Bagi saya dakwah melalui instagram lumayan efektif, tapi segmen pada umumnya hanya anak muda, sementara kalangan orang tua agak susah untuk dijangkau. Tetapi saya juga senang ada konten dakwah yang muncul diberanda instagram saya karena ini juga termasuk menambah ilmu pengetahuan tentang agama.”

Dede Sulistianingsih yang juga *follower* akun @Obyrezpost menyatakan bahwa:

“Banyak sekali hal yang belum saya ketahui, kemudian ketika saya melihat postingan beliau saya mendapat ilmu baru dan instagram sangat efektif menjadi media dakwah, terutama untuk berdakwah kepada anak muda yang mayoritas pengguna instagram. saya termasuk orang-orang yang senang mendapat konten dakwah sebagai pengingat dalam beribadah.”

Dari isi wawancara diatas dapat disimpulkan, bahwa *instagram* menjadi wadah yang tepat untuk berbagi informasi mengenai pesan dakwah. Saat ini *instagram* menjadi aplikasi yang diminati banyak orang, sehingga banyak konten yang disuguhkan di dalamnya. *Instagram* menjadi media yang efektif untuk mencari informasi yang dibutuhkan penggunanya seperti informasi dakwah. Dengan memanfaatkan *instagram* pesan dakwah akan tersampaikan kepada *mad'u* secara tidak langsung, dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

Dari semua konten dakwah hampir semua isi pesannya mengarah kepada kalangan muda dan kurang mempengaruhi kalangan tua yang juga butuh informasi mengenai dakwah. Meski dakwah yang disampaikan melalui *instagram* tidak semua tersampaikan kepada semua kalangan karena kebanyakan isi pesan dakwah mengarah kepada generasi muda yang masih membutuhkan banyak pengetahuan mengenai ajaran islam. Konten dakwah yang berada di media social *instagram* berefek kepada *mad'u* untuk menambah ilmu agama, berbagi kebaikan, dan dapat mengamalkan kembali pesan dakwah tersebut. Sidik Puji Santoso salah seorang *follower* akun @Obyrezapost menyatakan bahwa:

“Karena saya sering menggunakan aplikasi instagram dan saya juga sering mencari konten dakwah, saya merasa akun @obyrezapost menarik perhatian saya. Pesan-pesan yang disampaikan pun sangat bermanfaat, jadi saya bisa mendapat ilmu pengetahuan yang banyak.”

Hasil wawancara dengan Dede Sulistianingsih *follower* akun @Obyrezapost menunjukkan bahwa :

“Konten yang diunggah ada yang menarik bagi saya, dengan melihat akunnya banyak sekali hal yang sebelumnya saya tidak ketahui kemudian ketika saya melihat postingannya saya mendapat ilmu baru.”

Nur Hanifah Ramadhani yang juga *follower* akun @Obyrezapost menyatakan bahwa:

“Saya merasa senang memfollow akun beliau karena postingannya membuat kita jadi semakin mengenal islam melalui pola pikir yang berbeda.”

D. SIMPULAN

Berdasarkan dari uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, dan sesuai dengan hasil penelitian lapangan yang telah penulis lakukan serta dukungan dari buku-buku penunjang, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut: Peran instagram sebagai media dakwah merupakan sebuah penelitian yang membahas tentang penggunaan aplikasi *instagram* dalam penyebaran dakwah yang dilakukan oleh akun @obyrezapost dalam menyebar pesan dakwah. Melalui fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi instagram itu sendiri, Oby Reza memanfaatkannya dalam membuat konten supaya lebih menarik. Instagram sangat berperan sebagai media komunikasi yang memiliki jaringan sangat luas dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Sebagaimana perannya instagram juga memudahkan para da'i untuk berkomunikasi dengan *mad'u*. Berdakwah melalui instagram dengan mengunggah foto, video, *instastory* bahkan dengan fitur terbaru instagram yaitu reels mempengaruhi minat semua kalangan terutama kalangan generasi muda saat ini. Isi pesan dakwah yang disampaikan dalam setiap konten pun sangat beragam sehingga dapat menarik perhatian pengguna lain untuk melihatnya. Selain itu akun *instagram* @obyrezapost juga berperan sebagai media dakwah, media untuk berbagi, media amal, media promosi dan media penyimpanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin. (2016). Konsep Dasar Dakwah. *Al-Munzir*, 9(1), 29–46.
- Baidowi, A. (2021). Da ' wah Management of Islamic Religious Counselors in Pegantenan , Pamekasan during and post Covid-19 Era. *Muharrrik: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 4(01), 63–78. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v3i02.697>
- Baidowi, A., & Salehoddin, M. (2021). Strategi Dakwah di Era New Normal. *Muttaqien*, 2(1), 70–86. <https://doi.org/10.31219/osf.io/3kby9>
- Farihah, I. (2014). Pengembangan karier pustakawan melalui jabatan fungsional perpustakaan sebagai media dakwah. *Librarian*, Vol.2(No.1), 120.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. doi: 10.22146/buletinpsikologi.22759.
- Pattaling. (2013). PROBLEMATIKA DAKWAH DAN HUBUNGANNYA DENGAN UNSUR-UNSUR DAKWAH. *Jurnal Farabi Vol.*, 10(2), 143–156.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2019). *Komunikasi dan media sosial*. (January 2019). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL.