



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH DIKALANGAN MAHASISWA UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

Ali Syahbana Siregar

Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidempuan

E-mail: syahbanasgr@gmail.com

Article History:

Received: 10-03-2023

Revised: 15-03-2023

Accepted: 02-04-2023

Keywords:

Media Sosial, Media Dakwah, dan Mahasiswa

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, yang fokus pada media sosial YouTube dan Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Youtube dan Instagram yang digunakan mahasiswa Melalui media sosial mahasiswa dapat memuat pesan-pesan dakwah seperti gambar, audio, video, dan film animasi secara cepat dan praktis. Konten-konten yang dibagikan oleh mahasiswa melalui media sosial terdiri dari konten keagamaan yang berkenaan dengan motivasi, tausiyah pendek, tadabbur alam melalui ayat-ayat kaunyah tentang akidah, ibadah, muamalah, dan akhlak. Disamping itu mahasiswa juga banyak memanfaatkan media sosial sebagai sarana mengakses pesan-pesan keIslaman yang dikirim oleh admin atau pengelola media sosial ustad-ustad ternama di tanah air. Banyak diantara mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang notabene berlatarbelakang pendidikan umum memperoleh pengetahuan keagamaan melalui media sosial Instagram dan Youtube.

© 2023 SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang. Semua bidang mengalami perubahan yang begitu cepat, ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial budaya, pendidikan, dan seluruh lini kehidupan. Perubahan ini dirasakan oleh seluruh masyarakat dunia sehingga tidak ada lagi pelosok dunia yang tidak terjangkau oleh teknologi komunikasi. Seluruh bagian dunia menjadi tembus pandang membuka diri dan siap untuk berubah. Dengan kecanggihan teknologi komunikasi seolah-olah manusia tidak saling terpisah lagi, dan telah memperpendek antar wilayah. Dunia seperti berada dalam genggaman yang setiap saat dapat dilihat, perkembangan ini tidak terlepas dari kecanggihan teknologi komunikasi yang saat ini tren

adalah internet.¹ Dengan lahirnya internet yang diakses melalui perangkat keras dalam genggamannya setiap orang, seakan membuat hidup manusia terasa mudah untuk melakukan banyak hal.

Manusia menggunakan teknologi komunikasi tersebut hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Setiap hari banyak orang yang dibantu oleh media teknologi komunikasi berupa alarm digital, kemudian televisi, *handphone* atau komputer untuk memeriksa *email*, melihat pesan di *facebook* atau melihat kejadian yang sedang terjadi di *instagram*. Sehingga dengan bantuan teknologi komunikasi tersebut dapat mengakses berbagai pengetahuan dan informasi, sadar atau tidak sadar manusia zaman sekarang bergantung pada teknologi.²

Salah satu perkembangan teknologi informasi terbaru yang sangat digandrungi dewasa ini yaitu munculnya media sosial. Media sosial adalah sarana atau media yang mewadahi suatu kumpulan masyarakat maya yang saling berkaitan atau menjalin kerjasama untuk mencapai suatu tujuan, atau bisa juga disebut sarana perkumpulan masyarakat maya yang haus akan informasi. Media sosial memudahkan masyarakat untuk mengakses atau menyebarkan informasi baik dalam bentuk lisan, tulisan, audio, video, dan lainnya. Beberapa bentuk media sosial yang berkembang saat ini yaitu *facebook*, *twitter*, *blog*, *youtube*, *instagram*, *WhatsApp* dan masih banyak yang lainnya. Pemanfaatan platform-platform media sosial nyatanya dapat memberi dampak yang signifikan terhadap keterkenalan seorang tokoh pendakwah nasional.³

Saat ini seseorang bisa mengetahui aktivitas orang lain melalui media sosial, sementara tidak kenal dan tidak pernah bertemu langsung. Media sosial bahkan menjadi “senjata baru” bagi banyak bidang. Dari berbagai jenis media sosial penulis memfokuskan pada pemanfaatan *instagram* dan *Youtube* sebagai sarana penyebaran informasi.⁴

Instagram adalah sebuah aplikasi *microbloging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunduh foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, membagikannya ke berbagai jejaring sosial. Pengguna *Instagram* di Indonesia bukan hanya sebatas mengunggah foto dan trend gaya hidup saja dalam kegiatan sehari-hari, namun sudah memanfaatkannya sebagai media berdakwah. *Instagram* merupakan salah satu media baru yang telah banyak dikenal secara umum oleh masyarakat pengguna internet seluruh dunia. *Instagram* bisa menjadi media alternatif dalam pengembangan syiar agama Islam dalam bentuk gambar yang disertai tulisan-tulisan atau dalil-dalil dalam menyebarkan dakwah Islamiah.⁵

Instagram bisa menjadi sumber informasi, wadah dokumentasi dan tempat berkomunikasi atas persoalan yang penting. *Instagram* juga dimanfaatkan sebagai sumber pembelajaran yang tidak diperoleh dibangku perkuliahan. Namun saat ini kebanyakan orang menggunakan *instagram* sebagai wadah mengungkapkan isi hati, atau untuk ajang menunjukkan diri yang berlebihan. Sehingga *instagram* kemudian hanya berisi hal-hal yang tidak bermanfaat. Sebagian orang yang berperilaku tidak wajar juga dapat memanfaatkan *instagram* sebagai media untuk menjaring korbannya. Hal inilah yang harus dihindari dan diantisipasi. Misalnya dengan tidak membuat status atau memposting

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, edisi revisi cetakan kedua, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 155.

² Morissan dan Andi Corry Wardhani, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), hlm.30.

³ Adi Nawawi, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital”, *Jurnal Islam Nusantara*, Vol.03 No.02 Desember 2019. hlm.341.

⁴ Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam *Instagram* (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 16, No. 01, Mei 2017, hlm. 152

⁵*Ibid.*, hlm. 152

majikan pada seseorang atau institusi, melakukan tindakan diskriminatif pada seseorang atau institusi, tidak mengunggah foto atau video yang menampilkan kekerasan, meskipun foto atau video tersebut hak milik pribadi, jangan memposting foto yang menunjukkan kemewahan secara berlebihan. Ketika akan menyetujui permintaan teman, lihatlah jaringan teman, sehingga bisa seseorang itu dipastikan mengenali lingkaran teman dan menjadi lebih aman untuk berbagi cerita atau informasi. Jangan sesekali mengunggah data atau informasi yang sifatnya rahasia.⁶

Saat ini banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial instagram. Dalam penggunaan instagram mahasiswa diharapkan mampu untuk memilih konten yang baik dan benar. Karena di instagram banyak konten-konten yang bersifat negatif sehingga tidak layak untuk diakses oleh mahasiswa. Salah satu bentuk positif penggunaan instagram yang dilakukan mahasiswa yaitu mengupload foto saat melakukan rekreasi, studi tour atau saat berdiskusi. Namun, dikalangan mahasiswa ada juga yang menggunakan dan memanfaatkan instagram sebagai media dakwah. Sebagian mahasiswa juga fokus pada bisnis online, dalam penyebaran dakwah diakun media sosialnya.⁷

Selain mahasiswa, ada juga *da'i* menggunakan instagram sebagai akun dakwah. Sosok *da'i* tersebut yaitu Ustad Hanan Attaki, dengan akun instagram @hanan_attaki. Akun tersebut berisi kajian dakwah berupa video pendek, dengan bahasa yang mudah dipahami. Kajian ustad Hanan Attaki pada umumnya digemari oleh kaum muda, karena banyak kajian berisi motivasi untuk anak muda menjadi sosok yang sesuai dengan ajaran Islam dan penyampaian kajian dakwah sesuai dengan zaman sekarang. Hal ini dilihat dari penggemar akun @hanan_attaki sudah mencapai 7,4 juta pengikut (*follower*).⁸

Demikian halnya dengan penggunaan media sosial Youtube sebagai media dakwah. Para ustad kondang di seluruh penjuru Negeri, rata-rata memiliki akun Youtube yang dikelola oleh operating timnya. Diantara mereka itu; Ustad Abdul Somad, Ustad Adi Hidayat, Ustad Abdullah Gymnastiar, Buya Yahya, Habib Novel Alaydrus, Habib Muhammad bin Anis Shihab, dan lainnya. Kehadiran aplikasi Youtube memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dakwah, dengan aplikasi ini seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses pesan-pesan keIslaman dimana saja berada, dan tidak terhalang oleh jarak dan waktu.

Memanfaatkan instagram dan Youtube sebagai media dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu, mahasiswa sebagai subjek dan objek dakwah. Sebagai subjek dakwah berarti mahasiswa langsung membuat kajian dakwah baik berupa gambar, tulisan atau video secara langsung dan menyebarkan diakun media sosial secara pribadi. Sedangkan sebagai objek dakwah yaitu mahasiswa melihat kajian dakwah yang dibuat orang lain dan mengambil makna kajian. Perbandingan antara mahasiswa yang memanfaatkannya sebagai media dakwah dengan yang memanfaatkannya sebagai alat kesenangan pribadi sangat kecil.

Adapun fokus penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial Instagram dan Youtube sebagai media dakwah dikalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, bentuk dakwah yang disebarkan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan di media sosial Instagram dan Youtube, serta faktor penghambat mahasiswa dalam pemanfaatan media sosial instagram dan Youtube sebagai media dakwah di kalangan Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

⁶*Ibid.*, hlm. 153

⁷Observasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 15 Januari 2023

⁸Hasil pengamatan akun dakwah Ustad Hanan Attaki, @hanan-attaki, 20 Juli 2022

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Media sosial

Media sosial adalah sebuah media online yang bisa digunakan dengan mudah oleh para penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan mengisi blog melalui jejaring sosial, wikipedia, dan dunia virtual. media sosial merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat monolog ke media sosial dialog.⁹

Media sosial merupakan sarana komunikasi interkatif melalui internet yang didukung oleh aplikasi perangkat lunak atau software, setiap orang dapat menggunakan media sosial ketika mereka memiliki perangkat keras (hardware) dan lunak (software) yang kemudian terhubung dengan internet.¹⁰ Era modern ini setiap orang bisa berkomunikasi dengan orang lain setiap saat tanpa harus bertemu secara tatap muka, melalui android atau computer seseorang dapat berkomunikasi dengan yang lain di tempat yang berbeda.

2. Media sosial instagram dan Youtube

a. Instagram

Instagram adalah *platform* media sosial yang dirilis pada oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, instagram berkembang pesat dan berhasil menggilas kompetitornya, seperti Snapchat dan Twitter yang juga mengadopsi fitur-fitur baru dalam perjalanan mereka. Menurut data dari Omnicor, *digital marketing agency* di Amerika Serikat, per September 2018 pengguna aktif instagram tembus 1 miliar per bulan, 500 juta pengguna aktif per hari, 400 juta instagram story per hari, 25 juta pengguna instagram bisnis, lebih dari 100 juta unggahan foto dan video per hari, 4,2 juta likes per hari. Total unggahan foto hingga September 2018 adalah 50 miliar dan angka ini terus bertambah hingga sekarang.¹¹

b. Youtube

YouTube pertama kali didaftarkan dengan nama YouTube.com pada 15 pebruari 2005. Situsnya sendiri baru mulai dibangun beberapa bulan kemudian. Tiga bulan kemudian, tepatnya Mei 2005, YouTube akhirnya di *launching* ke publik. Awalnya hanya sebatas *previewnya* saja. Enam bulan kemudian barulah YouTube memulai debut resminya.

Pada November 2005, perusahaan Sequoia Capital menginvestasikan dana sekitar 33,25 miliar rupiah kepada You Tube. Sebagai tambahan sosok Roelof Botha, rekanan firma Sequoia Capital dan manta CFO PayPal bergabung ke dalam dewan direksi YouTube. Pada April 2006, Sequoia kembali menanamkan dana sebesar 76 miliar rupiah. Pada bulan-bulan terakhir ini, pertumbuhan Youtube menjadid luar biasa. Tingkat kepopulerannya sangat terasa di dunia maya. Selama musim panas 2006, YouTube telah menjadi *website* dengan pertumbuhan paling cepat dan

⁹ Puguah Kurniawan, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*, Jurnal Kompetensi Vol.11, No.2. Oktober 2017.

¹⁰ Irta Sulastri, Arfah Yenni Gustia, dan Lesnita Juniati, "Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwa; Studi terhadap Da'i di Kota Padang" Al Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol.11 No.2 Desember 2019, hlm. 155

¹¹ Tim Stiletto Book & Ranny Afandi, *How To Win Instagram; Trick Menjadi Instagram Influencer*, (Yogyakarta: Stiletto Book, 2019), hlm. 2.

menempati posisi website tercepat, dan menempati posisi *website* terpopuler kelima melebihi pertumbuhan *website* Myspace.

Menurut survei pada 16 Juli 2006, setiap hari 100 juta video klip dilihat dari Youtube, ini masih ditambah dengan 65.000 video baru yang di *upload* setiap jam. Situs Youtube rata-rata diakses oleh hampir 20 juta orang per bulan. Menurut Nielsen/Netratings, pengunjung YouTube sekitar 44% adalah wanita dan sekitar 56% adalah pria. Berdasarkan usia, pengunjung dominan berusia 12 hingga 17 tahun. Keunggulan YouTube dalam pasar video *online* sangat besar. Oleh karena itu, tidak perlu waktu lama jika kemudian pada 9 Oktober 2006, diumumkan bahwa saham perusahaan Youtube telah dibeli Google senilai 15,67 triliun rupiah.¹²

Media sosial Youtube adalah salah satu platform yang paling populer di Indonesia dimulai dari usia 16 sampai 64 tahun persentase penggunaan media sosial Youtube mencapai 93% dan disusul WhatsApp 87,7%, dan Instagram 86,6%.¹³

3. Dakwah Islam

Dakwah merupakan ajakan, seruan, panggilan untuk melaksanakan perintah Allah Swt dan menjauhi setiap yang dilarangnya untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Penyampaian ajaran Islam kepada masyarakat dilakukan secara bijak sehingga ajaran Islam dengan mudah dapat dipahami dan diamalkan masyarakat. Dakwah merupakan perwujudan upaya menggapai kebahagiaan, kesejahteraan sosial, mewujudkan realitas keIslaman dalam totalitas kehidupan manusia.¹⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan dengan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis.¹⁵ yaitu mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dan gambaran yang ditemukan pada saat penelitian tentang pemanfaatan media sosial dalam sebagai media dakwah yang digunakan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam mencari dan menyebarkan pesan-pesan keIslaman melalui aplikasi Instagram dan Youtube.

Teknik pengumpulan data

Penelitian ini akan menggunakan *snowball sampling* dalam pengambilan sampelnya. *Snowball sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel, begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel tersebut menjadi banyak.¹⁶ Peneliti akan melakukan wawancara dengan salah seorang mahasiswa berdasarkan kriteria penelitian ini, kemudian dia menyarankan kepada siapa selanjutnya yang akan diwawancarai.

Teknik Analisa Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam pola penelitian kualitatif, peneliti dalam hal mengolah data hasil penelitian menggunakan teori

¹² Yudhi Herwibowo, *YouTube*, (Jakarta Selatan: B-First, 2008), hlm. 3.

¹³ Hootsuite (we are social) Indonesian Digital Report 2021. Diakses pada hari minggu 10 Januari 2022.

¹⁴ Irta Sulastri, Arfah Yenni Gustia, dan Lesnita Juniati, "Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwa; Studi terhadap Da'i di Kota Padang" *Al Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol.11 No.2 Desember 2019, hlm. 155.

¹⁵ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sulawesi selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019) Hlm. 6.

¹⁶ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), hlm. 41.

yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yaitu: Reduksi data, display data, dan verifikasi data.¹⁷ Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini melalui wawancara dan observasi akan diverifikasi lalu kemudian berdasarkan kebutuhan penelitian ini, yaitu mendeskripsikan tentang pemanfaatan media sosial Instagram dan Youtube sebagai media dakwah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah

Pemanfaatan media sosial Instagram dan Youtube sebagai media dakwah, terdiri dari berbagai varian, diantara varian itu sebahagian mahasiswa memanfaatkan Instagram dan Youtube sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah melalui *re-share* video para ustad-ustad ternama yang sedang berceramah, kemudian ada juga yang memanfaatkannya sebagai media untuk mendengarkan dakwah Islam. Secara kategorisasi Mahasiswa memanfaatkan media sosial Instagram dan Youtube sebagai media dakwah berupa subjek dakwah dan objek dakwah. Akan tetapi banyak diantara mahasiswa yang menggunakannya hanya sebagai media hiburan dan ajang memperkenalkan atau memamerkan diri dengan mempost aktivitas sehari-hari.

a. Mahasiswa Sebagai Subjek Dakwah

Berbagai fitur yang tersedia di Instagram dan Youtube membuat aktivitas dakwah semakin menarik, variatif, dan mudah untuk dilakukan. Dengan hanya berdiam di ruangan sambil memegang laptop atau android mahasiswa bisa melakukan kegiatan dakwah. Mengedit foto dengan background pemandangan alam lalu membubuhkan teks yang bernuansa Islam, sudah menjadi aktivitas dakwah, membuat record praktikum khitobah, menshare video para ustad kondang, atau hanya sebatas membaca ayat suci al-Qur'an beserta terjemahnya, dan itu sudah menjadi bagian dari penyampaian pesan dakwah.

Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan *basic* keilmuan keIslaman berkewajiban menyampaikannya kepada masyarakat umum. Sebagaimana tersebut dalam surat Ali Imran ayat 104: "dan hendaklah ada segolongan umat yang menyampaikan amar ma'ruf nahi munkar".¹⁸ Perintah ini jugalah yang seharusnya melekat pada diri setiap mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsiimpuan. Untuk mengetahui fenomena ini secara rinci, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa, antara lain:

Dalam akun Instagram Aridansyah Harahap mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, media sosial Instagram beliau jadikan sebagai media dakwah. Diantara foto dan video yang beliau posting di Instagramnya yaitu sebuah video yang menampilkan keindahan alam di Dubai Uni Emirat Arab, dengan bangunan yang indah dan gedung yang menjulang tinggi, dipercantik dengan bibir pantai membuat pemandangannya semakin mempesona. Videonya diiringi dengan *sound track* berjudul investasi dunia akhirat, investasi dunia sesuatu yang sangat penting untuk dipikirkan guna jaminan kebahagiaan hidup ddi hari tua dan sampai ke anak cucu, betapun pentnignya investasi dunia namun yang lebih utama adalah investasi akhirat dengan memperbanyak amal sholeh dan shadaqah jariyyah, itulah bunyi yang dapat peneliti ambil dari postingan video dalam Instagram beliau. Dalam postingan lain peneliti amati ada video yang berisi pesan Islami "menyayangi orang

¹⁷ Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohindi, (Jakarta: UI Press, cet. 12, 2013), hlm.15.

¹⁸ Al-qur'an surat Ali Imran ayat 104.

lain sebagaimana menyayangi diri sendiri” cuplikan video ini memperlihatkan Ardiansyah sedang berdialog yang disambut dengan sahutan yang berasal dari video itu sendiri. Kemudian ada juga postingan foto dengan latar belakang fenomena alam yang indah lalu dibuat disisipkan tulisan “nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”. Pada hakikatnya postingan berupa foto, video yang menyampaikan pesan-pesan ke-Islaman di media sosial Youtube termasuk dalam kategori dakwah Islam.¹⁹

Channel Youtube Muhammadd fazry salah satu mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, berisi konten video dakwah Islam. Dari 30 video yang diupload, tujuh diantaranya berisi tentang dakwah Islam. Dakwah Islam yang terdapat dalam konten itu terdiri video orang yang menghadapi sakaratul maut, bacaan surat *al-ghasiyyah* beserta artinya, nasid dengan judul lagu selimut putih, pemandangan yang indah dan teduh di dalam mesjid, penjelasan materi tentang salahsatu kaidah ushuliyah istihsan, dan praktek khutbah jum’at. Nah dalam analisa peneliti bahwa konten-konten yang ada dalam video itu merupakan upaya untuk menyiarkan ajaran Islam melalui media sosial Youtube.²⁰

Hal serupa juga peneliti lakukan dengan mengamati Instagram salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas nama Zul Ardi Hasibuan. Instagram beliau berisi tentang aktivitas sehari-hari, foto-foto kegiatan bakti sosial berupa bagi sembako kepada fakir miskin, video ustad berceramah; ustad Arifin Ilham, ustad Abdul Somad, ustad Zainuddin MZ, ustad Adi Hidayat. Dalam analisa peneliti semua itu bagian dari aktivitas dakwah.²¹

Di samping itu mahasiswa yang menggunakan media sosial instagram biasanya membuat atau menyebarkan kajian dakwah sesuai dengan perasaan hati mahasiswa. Saat mahasiswa merasakan kesedihan, sebagian mahasiswa mengungkapkan kesedihannya melalui gambar, kemudian mencantumkan kata-kata motivasi. Selain itu mahasiswa yang hobi menulis, menyalurkan dakwah melalui hobi itu sendiri. Sehingga memiliki manfaat bagi mahasiswa sendiri maupun orang yang melihat kajian dakwah. Penyebaran dakwah dalam penelitian ini bisa dalam bentuk kata-kata motivasi maupun kajian-kajian Al-Qur'an. Karena pada dasarnya dakwah merupakan mengajak atau menyeru orang kepada jalan Allah ataupun kepada kebaikan.²²

b. Mahasiswa Sebagai Objek Dakwah

Memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah dalam hal ini mahasiswa sebagai subjek dakwah, yaitu mahasiswa hanya melihat dan membagikan dakwah yang dibuat oleh orang lain.

Fitrah Rizkyani (mahasiswa BKI) mengatakan "Saya lebih sering menonton dakwah ustadz, namun disituasi tertentu kadang saya menyebarkan informasi tentang motivasi misalnya saat mendekati lebaran haji ada ajakan untuk berpuasa di instagram, kemudian saya menyebarkannya. Tetapi saya lebih sering menonton

¹⁹ Wawancara dengan Aridansyah Harahap, Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam pada tanggal 08 Januari 2023.

²⁰ Observasi pada akun Youtube mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam atas nama Mhd Fazry pada tanggal 09 Januari 2023.

²¹ Observasi pada akun Instagram mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas Nama Zul Ardi Hasibuan pada tanggal 11 Januari 2023.

²² Hasil Observasi Peneliti di FDIK

kajian dakwah di instagram kemudiannya menyebarkannya, daripada menyampaikan dakwah yang saya buat sendiri".²³

Demikian halnya dengan Nagori Harahap (mahasiswa PMI) mengatakan "Kalau penyebaran dakwah melalui instagram sangat jarang. Biasanya saya lebih sering menikmati kajian dakwah yang sudah tersedia di Instagram dan jarang membuat kajian dakwah sendiri. Saya lebih sering melihat kajian-kajian dakwah di sosial media yang lain seperti youtube dan facebook. Karena kajiannya lebih panjang, selain itu lebih sedikit kuota yang harus dikeluarkan".²⁴

Mahasiswa lebih banyak berperan menjadi subjek dakwah, yaitu mahasiswa lebih sering melihat kajian dakwah hasil karya orang lain kemudian membagikan di akun instagram. Saat ini sangat banyak mahasiswa melihat dan menikmati kajian-kajian dakwah yang terdapat di media sosial instagram. Kajian dakwah yang biasa dilihat oleh mahasiswa yaitu kajian ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, ataupun ustadz Hanan Attaki. Mahasiswa sering menyebarkan video pendek yang memotivasi dan mewakili perasaan mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari akun instagram mahasiswa itu sendiri. Mahasiswa yang fokus menyebarkan dakwah melalui kajian hasil karya orang lain, beranggapan bahwa masih kurang pemahaman agamanya, sehingga takut untuk membuat kajian dakwah sendiri dan lebih menikmati karya orang lain agar lebih paham tentang Islam.²⁵

c. Mahasiswa Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Hiburan dan Profesi Lainnya

Keberadaan media sosial Instagram dan Youtube sangat membantu mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dalam melakoni aktivitas dakwah. Media digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan dakwah Islam maupun mencari informasi syari'at melalui video atau *live stream* yang dishare ustad-ustad ternama. Akan tetapi tidak bisa dipungkiri juga bahwa banyak diantara mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang menggunakan Instagram dan Youtube hanya sebagai media mencari hiburan, ataupun media untuk memperkenalkan diri kepada khalayak.

Menghimpun pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh mahasiswa terkait pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah, terdapat berbagai varian jawaban sebagai berikut;

Tiya Widyastuti (mahasiswa KPI) mengatakan "Dalam memanfaatkan media sosial instagram secara pribadi saya menggunakannya untuk memperkenalkan diri saya, keluarga saya, dan kerabat saya, serta yang berkaitan dengan kehidupan pribadi saya. Saya jarang menggunakan media sosial instagram untuk menyebarkan dakwah".²⁶

Selain itu ada mahasiswa yang menjelaskan tentang kecenderungannya memanfaatkan media sosial instagram sebagai media hiburan. Maimunah Pasaribu (mahasiswa KPI) mengatakan "Saya memanfaatkan media sosial instagram lebih untuk hiburan, misalnya *ngepost* gambar tentang lomba dan kegiatan lainnya. Kalau berisi tentang dakwahnya hanya sekitar 25%".²⁷

Mahasiswa memanfaatkan media sosial selain sebagai media dakwah masih

²³ Fitrah Rizkyani, Mahasiswa Prodi BKI, wawancara, 9 Agustus 2022, di FDIK

²⁴ Nagori Harahap, Mahasiswa Prodi PMI, wawancara, 3 September 2022, di FDIK

²⁵ Hasil Observasi Peneliti di FDIK

²⁶ Tiya Widyastuti, Mahasiswa KPI, wawancara via phone, 20 Agustus 2022

²⁷ Maimunah Pasaribu, Mahasiswa Prodi KPI, wawancara, 9 Agustus 2022, di FDIK

ada mahasiswa yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai kebutuhan pribadi seperti sebagai media hiburan maupun sebagai media pekerjaan. Sebagian mahasiswa tidak memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah, melainkan sebagai media hiburan atau media bisnis. Misalnya saat seorang mahasiswa merasa penat dengan aktivitas sehari-hari, biasanya mahasiswa menggunakan instagram untuk melihat-lihat berita terbaru atau video-video lucu sebagai hiburan. Selain itu ada mahasiswa yang memanfaatkan instagram sebagai media bisnis seperti mengunggah gambar yang akan dijual.

2. Bentuk dakwah yang disebar oleh mahasiswa

Bentuk dakwah yang disebar oleh mahasiswa dalam media sosial Youtube dan Instagram terdapat berbagai varian. di antara bentuk-bentuk dakwah yang disebar oleh mahasiswa dalam media sosial yaitu:

a. Dakwah Yang Disebar Berbentuk Gambar dan Tulisan

Dalam penyebaran dakwah yang berbentuk gambar dan tulisan. Jenis gambar yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu foto mahasiswa sendiri, foto saat melakukan perjalanan, gambar mengenai alam, gambar kartun muslim, maupun gambar al-Qur'an yang diedit lebih kreatif. Sedangkan bentuk tulisan seperti kata-kata motivasi yang dicantumkan dalam gambar sebagai penjelas makna dari gambar. Dalam penyebaran dakwah mahasiswa tidak dibatasi untuk mengunggah gambar apa saja yang sesuai dengan syariat Islam.

Ade Sri Wulan (mahasiswa KPI) mengatakan "Kadang saya mengupload foto dan memberikan penjelasannya melalui tulisan. Misalnya saya mengunggah gambar Al-qur'an kemudian saya tambahkan tulisan mengenai penerangan suatu ayat yang terdapat dalam Al-qur'an".

Wina Andriani (mahasiswa KPI), mengatakan: "Saya menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwah dalam bentuk gambar dan memberikan penjelasan dari gambar tersebut. Pesan dakwahnya saya fokuskan pada tulisan yang menjelaskan gambar tersebut untuk mengajak teman-teman berbuat kebaikan".²⁸

Nur Fitriani M Siregar mengatakan "Kebanyakan mahasiswa cenderung mengunggah fotonya dan mengungkapkan apa yang ada di dalam hatinya. Kadang mereka membagikan gambar karya orang lain yang berisi kajian dakwah ataupun motivasi".²⁹

Mahasiswa yang menggunakan instagram sering menyebarkan pesan dakwah melalui gambar. Misalnya seorang mahasiswa sedang melakukan rihlah ke suatu daerah, biasanya mahasiswa mengabadikan perjalanan melalui foto. Kemudian foto tersebut diunggah di akun instagram dengan mencantumkan tulisan dakwah ataupun motivasi didalam gambar maupun dibawah gambar. Tidak jarang mahasiswa menjelaskan pesan dakwah melalui foto mahasiswa sendiri dengan mencantumkan ayat Al-Qur'an dan maknanya.

b. Dakwah yang disebar berbentuk video

Dakwah yang disebar dalam video boleh hasil cipta orang lain maupun ciptaan kita sendiri. Karena dakwah yang berbentuk video lebih menarik dan mudah dipahami. Faisal Akbar (mahasiswa BKI) mengatakan "Saya memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah yang berbentuk video dengan teks. Video itu saya ambil dari akun lain dan menyebarkannya

²⁸Wina Andriani Harahap, Mahasiswa Prodi KPI, wawancara, 8 Agustus 2022, di FDIK

²⁹Nur Fitriani M. Siregar, Dosen Public Relation FDIK, wawancara, 3 September 2022, di FDIK

diakun sendiri".³⁰

Bentuk dakwah yang disebarakan mahasiswa dimedia sosial instagram seimbang antara berbentuk tulisan dan gambar maupun vidio yang diciptakan oleh mahasiswa. Banyak mahasiswa yang membuat kajian dakwah berbentuk video pendek. Ada pula mahasiswa yang membuat cuplikan film pendek di akun instagram yang mengandung pesan dakwah. Selain itu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terdapat mata kuliah yang mengajarkan bagaimana membuat sebuah konten kreatif yang menarik. Sehingga mahasiswa dapat mengaplikasikan dengan membuat konten dakwah yang kreatif dan menarik untuk dilihat, namun tidak mengurangi pesan dakwah yang di tampilkan.

3. Faktor penghambat pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah

Faktor penghambat mahasiswa memanfaatkan media sosial instagram dan Youtube sebagai media dakwah antara lain:

a. Kebutuhan Kuota yang Besar

Kuota adalah biaya data yang diperlukan atau digunakan saat mengakses internet. Kuota merupakan hal yang paling penting saat akan menggunakan internet. Besar kecil penggunaan kuota sesuai dengan media sosial instagram yang digunakan. Dalam hal pemanfaatan instagram sangat dibutuhkan kuota yang cukup besar. Sehingga menjadi salah satu faktor penghambat dalam penggunaan instagram.

Abdul Jawad (mahasiswa BKI) mengatakan "Dalam memanfaatkan media sosial faktor penghambatnya yaitu signal dan kuota. Selain itu instagram juga banyak menghabiskan kuota dalam pengaksesannya. Jadi solusinya yaitu jika tidak ada signal maka kita berusaha berpindah ketempat yang ada signal dan menyediakan kuota yang banyak".³¹

Dalam pengamatan peneliti faktor penghambat penggunaan instagram yang dominan yaitu keterbatasan kuota. Karena saat menggunakan media sosial instagram, kouta yang dikeluarkan cukup besar, hampir sama dengan biaya kuota saat mengakses youtube. Sementara kapasitas kouta mahasiswa perbulan sebesar 15GB dengan harga yang cukup mahal. Sehingga bagi mahasiswa malas untuk menggunakan media sosial instagram. Selain itu saat mengakses media sosial instagram dibutuhkan signal yang cukup kuat, sehingga lebih mudah melihat informasi yang dibutuhkan.

b. Motivasi yang Kurang Bagi Mahasiswa

Motivasi merupakan dorongan untuk melakukan suatu hal baik dari dalam diri maupun dari oranglain. Dalam memanfaatkan media sosial instagram dibutuhkan motivasi bagi mahasiswa agar menafaatkan instagram sebagi media dakwah. Bapak Barkah Hadamean Harahap (Dosen Jurnalistik) mengatakan:

"Ada hambatan dalam memanfaatkan media sosial instagram sebagai media dakwah, yaitu SDM. Terutama untuk konten kreatifnya atau cara pembuatan konten dakwahnya. Seperti kita lihat tidak ada mata kuliah khusus untuk bidang itu. Selain itu sarana prasarananya yang kurang medukung. Selain itu motivasi bagi diri sendiri untuk membuat konten dakwah kreatif masih kurang dikalangan mahasiswa".³²

Pengamatan peneliti pun hampir sama dengan Barkah Hadamean

³⁰Faisal Akbar Manurung, Mahasiswa BKI Nim 2015, *wawancara*, 9 Agustus 2022, di FDIK

³¹Abdul Jawad, Mahasiswa Prodi BKI, *wawancara* via Phone, 20 Agustus 2022

³²Barkah Hadamean Harahap, Dosen Jurnalistik FDIK, *wawancara*, 2 September 2022, di FDIK

mengenai faktor penghambat pemanfaatan media sosial instagram yang paling dominan yaitu signal dan kuota. Dengan alasan bahwa penggunaan kuota di instagram cukup besar dan membutuhkan jaringan yang cukup kencang. Kebanyakan mahasiswa jarang menggunakan atau bahkan tidak menggunakan instagram karena penggunaan kuota yang cukup besar. Selain itu mahasiswa juga kurang motivasi dari dalam diri mahasiswa untuk memanfaatkan membuat konten dakwah di instagram. Di sisi lain, sarana prasarana yang kurang mendukung merupakan salah satu penghambat dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa.³³

4. Analisis Penelitian

Pada zaman sekarang banyak jenis media sosial yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Dari berbagai macam jenis media sosial tersebut salah satu media sosial yang menjadi favorit pengguna akan selalu diakses mahasiswa. Sebagaimana dijelaskan dalam teori *uses and gratification*, yaitu pengguna media memiliki kekuasaan penuh dalam menggunakan media. Pengguna media akan mengakses media yang memberi banyak hiburan dan memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna.³⁴

Seiring berkembangnya jenis media sosial, memberi kemudahan bagi mahasiswa untuk mengakses informasi terbaru. Begitu juga dalam penyebaran dakwah. Dakwah pada saat ini berbeda dengan dakwah pada zaman dulu. Di era multimedia ini mengakses dan menyebarkan dakwah sangat mudah. Seorang da'i dapat memanfaatkan multimedia dalam penyebaran dakwah, misalnya Radio, Televisi, Internet, dan sebagainya. Keuntungan penggunaan multimedia yaitu cepat dan murah, mudah mencari rujukan ayat al-Qur'an atau al-Hadits berdasarkan kata dan topik, dan merupakan media informasi dan promosi umum.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, peneliti menganalisa bahwa mahasiswa banyak yang memanfaatkan media sosial instagram dan Youtube sebagai media dakwah. Namun, penggunaannya bermacam-macam. Sebagian mahasiswa menggunakan media sosial sebagai media dakwah, dan menggunakan media sosial sebagai hiburan. Penggunaan media sosial tersebut diakses sesuai kebutuhannya. Jika mahasiswa merasa kurang nyaman, maka media sosial tidak memiliki kuasa untuk menahan pengguna untuk tetap menggunakan media sosial tersebut.³⁵

Dalam pemanfaatan media sosial terdapat mahasiswa yang berperan sebagai subjek dakwah, yaitu mahasiswa menciptakan konten dakwah sendiri dan menyebarkan di akun media sosial. Selain itu mahasiswa juga berperan sebagai objek dakwah yaitu hanya melihat dan menikmati kajian dakwah yang dibuat oleh orang lain dan menyebarkan dakwah melalui akun yang ada di media sosial secara pribadi. Kajian dakwah diambil dari media sosial seorang ustadz dan menyebarkan dakwah melalui akun media sosial lainnya. Kebanyakan mahasiswa mengambil kajian dakwah yang menarik ataupun sesuai dengan kehidupan mahasiswa sehari-hari. Ada juga mahasiswa yang lebih sering menggunakan media sosial sebagai media hiburan saat mahasiswa merasa penat dengan aktivitas sehari-harinya.

Bentuk dakwah yang disebarkan oleh mahasiswa bermacam-macam. Seperti gambar, audio, dan audio visual. Banyak mahasiswa yang menggunakan media audio visual dalam penyebaran dakwah di media sosial. Bentuk dakwah yang biasa disebarkan

³³Hasil Observasi Peneliti di FDK

³⁴ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, (Jakarta: Buku Kita, 2009) Hlm. 44.

³⁵ Observasi pada akun media sosial Instagram mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan periode November-desember 2022.

mahasiswa yaitu tulisan dan gambar. Namun ada sebagian mahasiswa yang menyebarkan dakwah dalam bentuk video yang berisi kajian dakwah ustadz terkenal seperti UAS kemudian menyebarkannya di akun pribadi mahasiswa yang bertujuan mengajak teman-teman untuk mengetahui tentang Islam. Ada salah satu mata kuliah yang mengajarkan bagaimana membuat konten yang menarik baik dalam bentuk gambar maupun video. Hal ini diharapkan mahasiswa dapat membuat konten dakwah yang kreatif, sehingga terlihat menarik dan tidak membosankan. Misalnya membuat sebuah video animasi bergerak, dan diikuti percakapan berupa kajian dakwah.

Adapun yang menjadi faktor penghambat dalam pemanfaatan media sosial bagi mahasiswa yaitu kuota dan signal. Namun lebih dominan kuota, karena dalam mengakses media sosial dibutuhkan kuota yang banyak dan jaringan yang cukup kencang. Faktor penghambat lainnya yaitu kurang motivasi bagi diri mahasiswa sendiri untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial. Hendaknya melalui proses perkuliahan sehari-hari dosen mendorong atau mengajak mahasiswa untuk memanfaatkan media sosial kepada hal-hal yang positif seperti menyebarkan dakwah. Selain itu, hendaknya disediakan suatu akun atau situs khusus untuk mahasiswa menyalurkan kajian dakwah, agar mahasiswa lebih termotivasi.

KESIMPULAN

Media sosial sebagai sarana dakwah sangat perlu bagi mahasiswa mengingat perkembangan teknologi komunikasi mutakhir ini. Melalui media sosial mahasiswa dapat memuat pesan-pesan dakwah seperti gambar, audio, video, dan film animasi secara cepat dan praktis. Pesan yang disebarkan melalui media sosial Instagram dan Youtube dapat diakses secara luas dan cepat oleh masyarakat.

Konten-konten yang dibagikan oleh mahasiswa melalui media sosial terdiri dari konten keagamaan yang berkenaan dengan motivasi, tausiyah pendek, tadabbur alam melalui ayat-ayat kauniyah tentang akidah, ibadah, muamalah, dan akhlak. Selain itu juga terdapat konten yang berkaitan dengan kegiatan serta aktivitas keagamaan yang mereka lakukan dengan melibatkan masyarakat. Postingan lainnya berisi ucapan selamat untuk momen atau kondisi tertentu.

Postingan para mahasiswa yang berkaitan dengan konten keIslaman sejatinya merupakan kebutuhan yang mendesak, mengingat media sosial ini pada dasarnya diciptakan sebagai sarana bersilatullahi dan berbagi hiburan. Maka tak heran kalau banyak konten di media sosial yang berkaitan dengan hiburan, dan bahkan banyak yang tidak sesuai dengan etika dan perilaku Islam. Maka dengan postingan pesan-pesan dakwah di media diharapkan menjadi penyeimbang antara konten yang tanpa nilai keIslaman dengan konten Islami.

Mencermati berbagai informasi yang terhimpun dalam penelitian ini, pada hakikatnya mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary padangsidempuan masih sangat minim yang menggunakan media sosial Instagram dan Youtube sebagai media penyebaran pesan-pesan keIslaman, namun meskipun demikian sebagian mahasiswa mempergunakan media sosial sebagai sarana mengakses pesan-pesan keIslaman yang dikirim oleh admin atau pengelola media sosial ustad-ustad ternama di tanah air. Banyak diantara mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang notabene berlatarbelakang pendidikan umum memperoleh pengetahuan keagamaan melalui media sosial Instagram dan Youtube.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, edisi revisi cetakan kedua, Jakarta: Kencana, 2009.
- [2] Herwibowo, Yudhi, *YouTube*, Jakarta Selatan: B-First, 2008.
- [3] Hootsuite (we are social) Indonesian Digital Report 2021. Diakses pada hari minggu 10 Januari 2022.
- [4] Kurniawan, Puguh, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*, Jurnal Kompetensi, Vol.11, No.2, 2017.
- [5] Mahendra, Bimo, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 16, No. 01, Mei 2017.
- [6] Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohindi, Jakarta: UI Press, cet. 12, 2013.
- [7] Morissan dan Andi Corry Wardhani, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010.
- [8] Nawawi, Adi, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital", *Jurnal Islam Nusantara*, Vol.03 No.02 Desember 2019.
- [9] Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sulawesi selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia, 2019.. Mamik, *Metodologi Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- [10] Sulastri, Irti, Arfah Yenni Gustia, dan Lesnita Juniati, "Penggunaan Media Sosial dalam Berdakwa; Studi terhadap Da'i di Kota Padang" *Al Munir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol.11 No.2 Desember 2019.
- [11] Suprpto, Tommy, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, Jakarta: Buku Kita, 2009.
- [12] Tim Stiletto Book & Ranny Afandi, *How To Win Instagram; Trick Menjadi Instagram Influencer*, Yogyakarta: Stiletto Book, 2019.