

PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI *MILLENNIAL*

DOI: <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v4i02.106>

Muzayyanah Yuliasih

99muzayyanah@gmail.com

STID Muhammad Natsir – Indonesia

ABSTRACT

Background, *At first the media was only for self-existence activities, now the function can be a medium of da'wah, or invites worship and positive activities. Da'wah can reach mad'u more broadly and quickly by using Instagram. Da'wah media using Instagram can be presented in content using images. By using Instagram, da'wah can be shared by uploading videos, and Mad'u can watch da'wah messages sent via video and share photos on Instagram. '@dakwahmillennial' is an example of an account that uses social media Instagram as a trending medium for preaching, using photos and videos related to life issues for the millennial generation.* **Method,** *This research is classified as a literature study, namely information and data collected from various sources. The use of this method is because the problem of this research is a problem that can be observed directly related to the use of Instagram, namely as a medium for sending da'wah messages among the millennial generation.* **Discussion,** *The "dawah millennial" account can maximize the use of the features offered by Instagram, the content it produces also uses varied formats, namely videos and posters. The message of da'wah on Instagram can change perceptions about the life of mad'u. The existence of Islamic motivational materials, warnings, and advice on friendship and matchmaking that are closely related to millennials can be applied by mad'u in life with a better mindset and character from day to day. The use of media in carrying out da'wah activities is very useful at times like today.*

Keywords : *Social media; Instagram; Da'wah; Millennial Generation.*

ABSTRAK

Pada awalnya media hanya untuk kegiatan eksistensi diri kini dapat berfungsi sebagai media dakwah, atau mengajak ibadah dan kegiatan positif. Dakwah dapat menjangkau mad'u secara lebih luas dan dalam waktu cepat dengan menggunakan Instagram. Media dakwah dengan menggunakan Instagram dapat disajikan dalam konten menggunakan gambar. Dengan menggunakan Instagram, dakwah dapat dibagikan dengan mengunggah video, dan para Mad'u dapat menyaksikan pesan dakwah yang dikirim melalui video dan berbagi foto di Instagram. '@dakwahmillennial' merupakan salah satu contoh akun yang menggunakan sosial media Instagram sebagai media trend untuk berdakwah, menggunakan foto dan video yang berkaitan dengan masalah kehidupan untuk generasi

milenial. **Metode**, Penelitian ini tergolong studi pustaka yaitu informasi dan data dikumpulkan dari macam-macam sumber. Penggunaan metode ini karena masalah penelitian ini adalah masalah yang bisa diamati secara langsung terkait dengan penggunaan Instagram yaitu sebagai media pengiriman pesan dakwah di kalangan generasi millennial. **Pembahasan**, Akun “dakwahmillennial” dapat memaksimalkan penggunaan fitur yg ditawarkan oleh Instagram konten yang dihasilkannya pun menggunakan format variatif yaitu vidio dan poster. Adapun pesan dakwah pada instagram dapat mengganti persepsi mengenai kehidupan para mad’u. Adanya materi motivasi islami, peringatan, dan nasihat mengenai pertemanan dan jodoh yang erat kaitannya dengan kaum millennial dapat diaplikasikan oleh mad’u di kehidupan dengan pola pikir dan sifat yang lebih baik dari hari ke hari. Penggunaan media dalam melakukan kegiatan dakwah sangat bermanfaat di saat seperti sekarang ini.

Kata kunci : Sosial Media; Instagram; Dakwah; Generasi Millennial.

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sudah memasuki era demografi baru, yang dikenal dengan era bonus demografi, hal ini disebabkan oleh perubahan struktur usia penduduk yang ditandai dengan menurunnya rasio penduduk tidak produktif dengan jumlah populasi produktif. Bonus demografi adalah fenomena yang langka dalam arti hanya terjadi sekali dalam sejarah suatu negara. Bonus demografi sebenarnya tidak dapat dipisahkan dari kaum milenial. Menurut teori generasi yang telah dikemukakan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi millennial merupakan orang-orang yang lahir dari tahun 1980 hingga 2000. Generasi Milenial dikenal dengan istilah sebagai Generasi Y. Sebutan ini mulai diakui dan dipopulerkan dalam editorial di sebuah surat kabar utama AS pada bulan Agustus 1993.¹

Zaman ini banyak mengalami perkembangan, terutama pada bidang teknologi. Manusia semakin dipermudah untuk memperoleh informasi dengan adanya kemajuan digital. Hampir seluruh kalangan menggunakan hasil dari kemajuan digital, internet salah satunya. Dengan adanya internet manusia dapat mengakses media sosial dengan mudah. Banyak sekali kegunaan media sosial salah satunya Instagram, yang sekarang banyak digunakan untuk sarana dakwah.²

Selain untuk berbagi momen pribadi dengan teman dan kerabat, Instagram kini juga bisa dijadikan sebagai media dakwah. Cukup banyak pendakwah yang menyebarkan informasi ilmiah melalui media sosial. Ini karena kebanyakan orang tidak dapat terlepas dengan gadget mereka, terutam bagi generasi milenial saat ini.

¹ Badan Pusat Statistik, ‘*Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*’, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018, cet. I, hal. 3-14

² A’ourika Devi, dkk., ‘Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf Melalui Media Sosial Instagram’, *Journal of Multidisciplinary Studies*, 5.1 (2021), 141-162<<http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica/article/view/4122>>. h.141

Untuk itu, banyak pendakwah yang berdakwah melalui media sosial agar dapat memperoleh informasi dengan mudah dan cepat kapan saja, di mana saja.³

Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram per Juli 2021 adalah 91,77 juta pengguna. Sebanyak 58% responden anak usia 13-15 tahun menggunakan Instagram setiap hari. Persentase ini adalah yang tertinggi di antara platform lainnya. Saat ini, Instagram sangat populer di semua kalangan. Dengan fitur yang semakin kompleks dan menarik, pengguna dapat mengikuti perkembangan terbaru.⁴

Pada awalnya media hanya untuk kegiatan eksistensi diri kini dapat berfungsi sebagai media dakwah, atau mengajak ibadah dan kegiatan positif.⁵ Dakwah dapat menjangkau mad'u secara lebih luas dan dalam waktu cepat dengan menggunakan Instagram. Media dakwah dengan menggunakan Instagram dapat disajikan dalam konten menggunakan gambar.⁶ Dakwah merupakan sebuah tugas bagi setiap Muslim. Tertulis dalam Al-Qur'an dan Sunnah mengenai kewajiban dakwah yaitu dengan menyerukan dan menyampaikan hal-hal mengenai Agama Islam kepada masyarakat luas dan ummat. Allah SWT telah menyeru untuk melakukan dakwah, amanat ini termaktub dalam firman-Nya:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali-imran 104)

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ - ١٠٤

Instagram adalah bagian dari media sosial yang bisa dimanfaatkan menjadi media menyebarkan dakwah. Dengan menggunakan Instagram, dakwah dapat dibagikan dengan mengunggah video, dan para Mad'u dapat menyaksikan pesan dakwah yang dikirim melalui video dan berbagi foto di Instagram. '@dakwahmillennial' merupakan salah satu contoh akun yang menggunakan sosial

³ Ibid, h. 143

⁴ Ibid, h. 145

⁵ Ahmad Rafi Kamarullah, Asaas Putra, 'Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Dakwah Masjid Al Lathiif Dalam Akun', *e-Proceeding of Management*, 7.1 (2020), 7227-7235 <
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/13799/13541>> h.7228

⁶ Ibid, h. 7229

media Instagram sebagai media trend untuk berdakwah, menggunakan foto dan video yang berkaitan dengan masalah kehidupan untuk generasi milenial.

Penelitian ini tergolong studi pustaka yaitu informasi dan data dikumpulkan dari macam-macam sumber. Penggunaan metode ini karena masalah penelitian ini adalah masalah yang bisa diamati secara langsung terkait dengan penggunaan Instagram yaitu sebagai media pengiriman pesan dakwah di kalangan generasi millennial.

HASIL DAN DISKUSI

Keberadaan internet sangat memudahkan seseorang dalam menjalin komunikasi. Komunikasi menjadi lebih lancar dan efektif karena semakin banyak orang (dari remaja hingga orang tua) menggunakan Internet saat ini. Dalam masyarakat, hal tersebut sering berarti bahwa Internet dapat menghubungkan orang-orang yang jauh. Dengan kata lain, orang yang tinggal jauh merasa terhubung dengan menggunakan Internet. Implikasi ini mengarah pada kenyataan bahwa orang sering menggunakan Internet sebagai alat atau media komunikasi. Foto yang diupload ke Instagram pada akhirnya akan menjadi media komunikasi, dimana hal tersebut menutup kesenjangan antara si pengirim dan si penerima. Foto diunggah dengan komentar pada foto atau komentar tentang pengirim foto dan dibalas oleh pengguna lain dengan minat yang sama.

a. *Funnel Step* bagi *Mad'u*

Beberapa cara yang harus dipahami menurut Ahmad Zaki (2020)⁷ mengenai bagaimana membuat konten yang menarik dan apa yang perlu dilakukan untuk mengubah pengikut pasif menjadi penggemar yang antusias, maka perlu dipelajari bagaimana cara mengubah halaman Instagram menjadi corong dakwah yang dapat dilakukan oleh pendakwah. Ini hanya bisa terjadi jika kita benar-benar memahami tujuan dari dakwah. Sederhananya, fase proses pencapaian tujuan ini adalah serangkaian proses yang dilalui oleh *audience mad'u* sebelum memutuskan untuk menjadi pengikut akun yang benar-benar antusias. Lebih khusus lagi, sebelum menjadi orang percaya, ada lima langkah di mana kita perlu memahami alasan di balik penentuan tujuan dakwah, diantaranya:

⁷ Ahmad Zaki Abdul Aziz, 'Optimasi Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah', *Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1.4 (2020), 138-148 <<http://www.jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/52> > h.144

Awareness Stage (Tahap Kesadaran)

Pada *stage* ini, target mad'u baru mengetahui akun. Mad'u baru saja menemukan akun instagram melalui hashtag atau mendapatkan referensi dari teman atau pihak lainnya.

Interest Stage (Tahap Ketertarikan)

Pada *stage* ini, tujuan target mad'u adalah mulai *follow* materi yang dibagikan. Dengan menunjukkan minat yaitu meninggalkan suka atau komentar, upaya ini untuk membangun *chemistry* dengan *Platform Audience* (Mad'u).

Evaluation Stage (Tahap Evaluasi)

Pada tahap ini adalah dimana semua kerja keras pendakwah untuk membangun hubungan dengan audience atau mad'u dapat memberikan hasil. Karena calon target dakwah sudah tertarik untuk menjadi *follower* pada akun Instagram.

Conversion Stage (Tahap Konversi)

Pada tahap ini mad'u sudah meningkat levelnya dan dapat memutuskan untuk mengubah levelnya menjadi menjadi pengikut setia kepada akun Instagram dan merubah statusnya dari pengikut biasa menjadi pengikut loyal, tahap ini pun disebut sebagai tahap konversi.

Brand Advocates (Pengikut Setia)

Tahap ini merupakan tahap tambahan dari empat tahap yang sudah dijelaskan di atas, dimana tahapan ini dapat merubah pengikut biasa menjadi pengikut yang loyal. Pada tahap ini pengikut tidak hanya tertarik dan berminat pada akun Instagram, namun juga membagikan atau mempublikasikan konten yang ada pada akun Instagram juga *link* bio akun instagram kepada pengguna lainnya atau orang-orang disekitar mereka.

b. Instagram Sebagai Media Dakwah

Perkembangan platform Instagram menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi para pendakwah di media sosial, dikarenakan banyaknya para warganet khususnya generasi millennial yang mengakses dan mencari informasi tentang Islam di social media salah satunya Instagram. Usaha pencarian melalui instagram dengan *keyword* "dakwahmillennial", memunculkan nama akun dakwah yang berisi gambar-gambar berupa kalimat-kalimat nasihat ataupun ceramah yang dapat diaplikasikan pada kehidupan kaum generasi millennial secara Islami.



Gambar 1. Bio akun”dakwahmillennial”

Sumber: <https://www.instagram.com/dakwahmillennial/>

Peneliti mewawancarai beberapa kaum millennial yang sudah mengakses dan menjadi salah satu pengikut dari akun dakwah “dakwahmillennial” memberikan keterangan sebagai berikut:

“Saya memilih salah satu akun dakwah islam di instagram yaitu “dakwah millennial” untuk mendapatkan informasi dan ceramah seputar agama Islam dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami.” (Shafiya, 21 tahun)

“Konten-konten yang dibagikan oleh akun”dakwahmillennial” kepada pengguna Instagram dapat diaplikasikan sesuai dengan kehidupan kaum millennial pada umumnya.” (Baim, 25 tahun)

“Bahasa dalam konten akun “dakwahmillennial” seperti masukan dari seorang teman sehingga seolah tidak seperti digurui.” (Fatira, 18 tahun)

Pernyataan tersebut merupakan 3 dari 25 responden yang menjadi sample dari penelitian ini dan juga 22 responden lainnya mengungkapkan dengan respon yang serupa bahwa pengguna Instagram mendapatkan pencerahan dari unggahan konten akun “dakwahmillennial” mengenai hal-hal yang relate dengan kehidupan mereka sebagai kaum millennial.

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa instagram sebagai platform media sosial sangat efektif dan bermanfaat jika digunakan sebagai media dakwah bagi da'i. Bagi seorang pendakwah hal tersebut merupakan sebuah peluang besar menggunakan sosial media dengan platform instagram untuk berdakwah ataupun menyebarkan nasehat secara Islami. Seorang pendakwah harus dapat menganalisa dahulu target dan media dakwah yang akan digunakan. Seorang pendakwah harus mampu melihat manfaat besar yang dapat diberikan melalui unggahan media tersebut, dan sesuai atau paling tidak seberapa besar media tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah.

c. Materi Dakwah akun “dakwahmillennial” di Instagram

Maddah atau materi dakwah merupakan salah satu hal penting yang harus ada dalam proses komunikasi dakwah. Seseorang tidak dapat dikatakan komunikator jika melakukan kegiatan komunikasi tanpa adanya sebuah pesan yang diinformasikan atau disampaikan, sama halnya dengan dakwah, harus mempunyai pesan yang disampaikan di dalamnya. Akun “dakwahmillennial” pada materi, umumnya akun ini mengambil materi dari berbagai macam sumber baik dari unggahan akun lain yang dinilai baik dan sesuai juga dari internal admin akun tersebut untuk kemudian dijadikan sebuah gambar berupa kalimat-kalimat yang diunggah mencakup empat materi dakwah, yaitu Motivasi Islami, Peringatan, dan Pertemanan dan Jodoh.

1. Motivasi Islami

Motivasi islami merupakan kata-kata yang berisi semangat sehingga mampu membangkitkan rasa optimis di hati mad'u dengan informasi dan nasihat untuk meningkatkan ketaatan kepada Allah *Subhanahu wata'ala*. Berikut beberapa unggahan dari akun “dakwahmillennial” yang berisikan motivasi islami.



Gambar 2. Unggahan Motivasi Islami dari Akun “dakwahmillennial”

Sumber: <https://www.instagram.com/dakwahmillennial/>

Dari gambar di atas, materi unggahan yang disampaikan yaitu motivasi untuk terus melangkah meskipun lelah dengan kalimat ungkapan “bila hijrahmu karena Allah, kamu akan terus melangkah walaupun sudah lelah”. Dan satu materi unggahannya yaitu untuk terus berdoa dan berusaha karena selalu ada

harapan dan juga jalan, dengan ungkapan “ selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa, selalu ada jalan bagi mereka yang ingin berusaha.”

2. Peringatan

Materi dakwah yang berisi mengingatkan bagi kaum millennial mengenai perintah dari Allah *Subhanahu wata'ala* dan Rasul-Nya agar lebih mendekatkan diri kepada-Nya. Sehingga menjadi pribadi yang jauh lebih baik lagi setiap harinya. Berikut beberapa materi unggahan dari akun “dakwahmillennial” terkait dengan peringatan bagi kaum millennial.



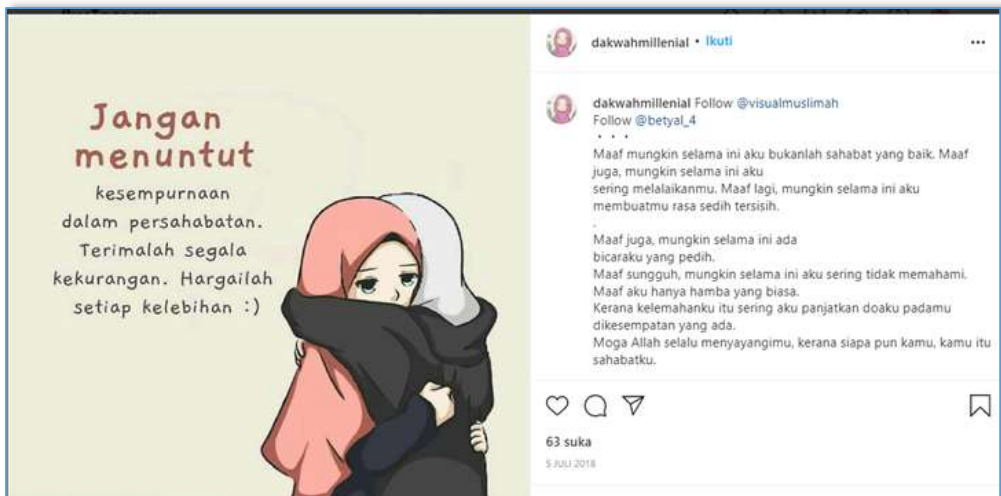
Gambar 3. Unggahan Peringatan dari Akun “dakwahmillennial”

Sumber: <https://www.instagram.com/dakwahmillennial/>

Gambar di atas menunjukkan peringatan kepada kaum millennial untuk tidak meninggalkan shalat Tahajjud, untuk tidak putus asa, dan untuk tidak menyerah. Dengan kalimat perintah yaitu “ Jagalah Tahajjudmu”, “Jangan Pernah Putus Asa”, dan “Jangan Menyerah Ada Allah”.

3. Pertemanan dan Jodoh

Materi dakwah yang ini mungkin menjadi materi yang sangat disukai oleh kaum millennial. Dikarenakan dua hal tersebut adalah hal yang sedang dicari dan dijalani oleh para kaum millennial di kehidupan pribadi dan sosialnya. Beberapa unggahan terkait dengan dunia pertemanan dan jodoh dari akun “dakwahmillennial”.



Gambar 4. Unggahan Persahabatan dari Akun “dakwahmillennial”

Sumber: <https://www.instagram.com/dakwahmillennial/>



Gambar 5. Unggahan Mengenai Jodoh dari Akun “dakwahmillennial”

Sumber: <https://www.instagram.com/dakwahmillennial/>

Gambar di atas menunjukkan bahwa sebagai sahabat harus menghargai kekurangan dan kelebihan orang lain. Juga mengenai jodoh, akun ini mengingatkan bahwa untuk tidak menitikberatkan pada harta dan fisik tetapi keseriusan menjalin hubungan dengan menemui wali.

d. Kelebihan dan Kekurangan

Internet merupakan inovasi terbaru dalam dunia dakwah, sehingga memudahkan para da'i untuk melebarkan sayap dakwah. Umat Islam harus menguasai perkembangan teknologi informasi dan memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya. Dalam pengertian dakwah, kekuatan Internet dapat dimanfaatkan. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri walaupun ada banyak kelebihan dakwah menggunakan sosial media yaitu instagram kepada kaum millennial, ada beberapa kekurangannya juga. Berikut kelebihan dan kekurangan dakwah menggunakan Instagram:

1. Kelebihan

- a) Adanya kemudahan dalam mengakses dan tampilan aplikasi yang sederhana
- b) Fitur pada aplikasi dan tools yang dapat mendukung untuk diakses secara mudah
- c) Materi konten yang dapat diunggah secara ringan dan singkat
- d) Cakupan target *mad'u* sangat luas dan tanpa batas

2. Kekurangan

- a) Keterbatasan kata yang digunakan dalam caption
- b) Keterbatasan waktu untuk unggahan berupa vidio

KESIMPULAN

Akun “dakwahmillennial” dapat memaksimalkan penggunaan fitur yg ditawarkan oleh Instagram konten yang dihasilkannya pun menggunakan format variatif yaitu vidio dan poster. Adapun pesan dakwah pada instagram dapat mengganti persepsi mengenai kehidupan para mad'u. Adanya materi motivasi islami, peringatan, dan nasihat mengenai pertemanan dan jodoh yang erat kaitannya dengan kaum millennial dapat diaplikasikan oleh mad'u di kehidupan dengan pola pikir dan sifat yang lebih baik dari hari ke hari. Penggunaan media dalam melakukan kegiatan dakwah sangat bermanfaat di saat seperti sekarang ini. Penyebaran konten dakwah di berbagai media instagram memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi mengenai agama walau demikian tentu harus memvalidasi kebenaran juga harus mempunyai ustadz pendamping dalam memperdalam agama. Keefektifan komunikasi dakwah untuk membujuk menimbulkan pertanyaan yang harus dijawab pada diri pendakwah sendiri yaitu sejauh mana pesan dan kegiatan dakwah dapat mempengaruhi dan memberikan manfaat bagi khalayak (mad'u). Persuasi dikaitkan dengan berbagai elemen

Komunikasi dakwah. Memotivasi mad'u untuk terus meningkatkan dan mempertahankan sikapnya terutama dalam hal penampilan dan perilaku yang sesuai dengan syariat Islam. Peran followers tidak begitu besar dalam memposting dakwah, dan kurang lebih pengikutnya masih membagikan pesan dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Rafi Kamarullah, Asaas Putra. (2020). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Dakwah Masjid Al Lathiif Dalam Akun, *e-Proceeding of Management*, Vol.7, Issue.1, 7227-7235. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/13799/13541>.

Ahmad Zaki Abdul Aziz. (2020). Optimasi Instagram Sebagai Media Penyampaian Pesan Dakwah'. *Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol.1, Issue.4, 138-148 <<http://www.jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/52>

Al-Quran Al-Karim.

Al-Bayanuniyy, Muhammad Abu al-Fath. (1995). *Al-madkhal ila ilmi al-da'wah*. Cet III; Beirut: Muassatu al-Risalah.

Amin, Samsul Munir. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.

Al-Sheikh, Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq. (2004). *Tafsir Ibnu Katsir, terj. Abdul Ghoffar E.M*, vol. 2. Bogor: Pustaka Imam AsySyafi'i.

A'ourika Devi, dkk. (2021). Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf Melalui Media Sosial Instagram, *Journal of Multidisciplinary Studies*, 5.1, hal. 141-162. <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica/article/view/4122>.

Arikunto, Suharsimi. (2007). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Aziz, Moh. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.

Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.cet. I, hal. 3-14

Gunawan, Imam. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktek*. Cet, III; Bandung: Alfabeta.

Hadi, Sutrisno. (1987). *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Kementerian Agama RI. (2012). *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Syaamil Quran.
- Munawir, Ahmad Warson. (1997). *Kamus al-Munawi*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Munir, Muhammad dan Wahyu Ilaihi. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.