

DAKWAH INSTAGRAMIYAH HIMPUNAN MAHASISWA PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM UNISMUH MAKASSAR

Sulaiman Podding¹, Sudir Koadhi²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Sudir Koadhi

E-mail: sudir@unismuh.ac.id

Abstract

Da'wah media are specifically physical tools and virtual tools that can be used to convey da'wah messages, as well as being able to function to explain the contents of the da'wah message such as books, films, videos, cassettes, slides, and so on. The use of Web 2.0 technology as the basis of social media platforms enables the creation and exchange of user-generated content. Web 2.0 technology makes social media present in many different forms, including social networks, internet forums, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, images, videos, ratings, and social bookmarking. Instagram, which was developed by Kevin Systrom and Mike Krieger, is a free application whose main function is as a place to upload photos and videos via gadgets such as smartphones, then expand its function so that it can edit photos that have sixteen effects, and can be uploaded on social networks. Instagram is one of the media for delivering da'wah messages that is widely used by preachers. This is due to the large number of active Instagram users in Indonesia. Through his Instagram account, the preacher can convey his message in the form of photos and short videos accompanied by captions or descriptions of the photos and videos. Preaching through Instagram is currently one of the da'wah methods that has quite a lot of demand, apart from the fact that Instagram is a trending social media, as well as the use of audio-visual media as a form of da'wah content.

Keywords: *instagram, da'wah media, Islamic broadcasting*

Abstrak

Media dakwah secara spesifik merupakan alat-alat fisik maupun alat-alat virtual yang dapat digunakan menyampaikan pesan dakwah, sekaligus dapat berfungsi menjelaskan isi pesan dakwah tersebut seperti buku, film, video, kaset, slide dan sebagainya. Penggunaan teknologi Web 2.0 platform dasar media sosial memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Teknologi Web 2.0 menjadikan media sosial hadir dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk socialnetwork, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcast, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Instagram yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger merupakan sebuah aplikasi gratis yang fungsi utamanya sebagai tempat untuk mengupload foto

dan video melalui gadget seperti smartphome, kemudian berkembang fungsinya sehingga dapat menyunting foto yang memiliki enam belas efek, dan dapat diunggah pada jejaring sosial. Instagram menjadi salah satu media penyampai pesan dakwah yang banyak digunakan oleh para dai. Hal ini disebabkan oleh jumlah pengguna aktif instagram yang cukup banyak di Indonesia. Melalui akun instagram, dai dapat menyampaikan dakwahnya dalam bentuk foto dan video pendek yang disertai dengan caption atau keterangan dari foto dan video tersebut. Berdakwah melalui instagram saat ini merupakan salah satu metode dakwah yang cukup banyak peminatnya selain karena istagram merupakan media sosial yang sedang tren, juga penggunaan media audio visual sebagai bentuk konten dakwah.

Kata kunci: *instagram, media dakwah, penyiaran islam*

PENDAHULUAN

Saat ini banyak aktivis dakwah yang menggunakan media sosial sebagai media untuk berdakwah dengan berbagai tema dan pesan dakwah. Hal tersebut menjadi peluang besar bagi mereka yang ingin menebar kebaikan dengan cara berdakwah, karena lebih mudah, cepat dan efektif karena banyak penggunanya.

Instagram adalah sebuah aplikasi gratis yang fungsi utamanya sebagai tempat untuk mengupload foto-foto dan video melalui gadget seperti smartphome. Instagram di kembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dari Burbn, Inc. Fungsi dan kegunaan Instagram berkembang tidak hanya untuk berbagi foto saja, melainkan juga untuk menyunting foto yang memiliki enam belas efek, dan dapat diunggah pada jejaring sosial seperti facebook twitter, foursquare, flickr, dan juga posterous.

Selain itu Instagram dikenal juga sebagai salah satu media sharing yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya. Instagram di lengkapi dengan fitur-fitur pendukung seperti foto, video, *caption*, serta dilengkapi dengan kolom komentar yang dapat digunakan saling bertukar pikiran dan pendapat bagi penggunanya.

Instagram menjadi salah satu media penyampai pesan dakwah yang banyak digunakan oleh para dai. Hal ini disebabkan oleh jumlah pengguna aktif instagram yang cukup banyak di Indonesia. Melalui akun instagram, dai dapat menyampaikan dakwahnya dalam bentuk foto dan video pendek yang disertai dengan caption atau keterangan dari foto dan video tersebut.

Berdakwah melalui instagram saat ini merupakan salah satu metode dakwah yang cukup banyak peminatnya selain karena istagram merupakan media sosial yang sedang tren, juga penggunaan media audio visual sebagai bentuk konten dakwah.

PEMBAHASAN

A. Media Dakwah

Media atau dalam bahasa Latin *medius* secara etimologi adalah perantara, tengah, atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media adalah bentuk jamak dari *medium* yang secara etimologi artinya kurang lebih sama dengan maknanya dalam bahasa Latin yaitu antara, tengah, dan rata-rata. Dalam bahasa Arab media dikenal dengan kata *washilah* yang berarti alat atau perantara. Secara etimologi media adalah alat yang berfungsi menghubungkan atau menyampaikan pesan komunikasi dari dari komunikator kepada komunikan.

Defenisi ini kurang lebih sama jika digunakan dalam peristilahan dakwah. Media dakwah adalah alat yang berfungsi menyampaikan pesan (materi) dakwah dari *da'i* kepada *mad'u*. Dalam menyampaikan dakwahnya, dai kadang membutuhkan media, kadang juga tidak membutuhkan media. Hal ini terkait dengan karakteristik materi dakwah dan mad'unya. Ada materi dakwah yang membutuhkan media untuk menyampaikannya kepada mad'u, dan ada materi dakwah yang dapat langsung disampaikan kepada *mad'u*¹ tanpa perlu menggunakan media.

Dalam perkembangan dakwah kontemporer, media dakwah secara spesifik merupakan alat-alat fisik maupun alat-alat virtual yang dapat digunakan menyampaikan pesan dakwah, sekaligus dapat berfungsi menjelaskan isi pesan dakwah tersebut seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Dengan demikian, perkembangan teknologi komunikasi virtual termasuk di dalamnya media sosial juga memengaruhi perkembangan dan penggunaan media dakwah.

Penggunaan teknologi Web 2.0 platform dasar media sosial memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Teknologi Web 2.0 menjadikan media sosial hadir dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk socialnetwork, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial.

B. Aplikasi Instagram sebagai Media Dakwah

Kata "insta" berasal dari kata "instan", yang berarti bahwa instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan "gram" berasal dari kata "telegram" yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga instagram dapat mengacu kepada kata "Instan-Telegram".

¹ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, ed. revisi (Cet. IV; Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 403.

Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.²

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto dan video menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Dan orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi instagram untuk mengolah foto dan video, instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan video sebagai layanan jaringan sosial online yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto dan video melalui berbagai layanan social media seperti Facebook, Twiter, dan situs media lainnya.

Pengguna aplikasi instagram ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan tersebut berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera atau pun album ponsel tersebut. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan pada foto yang akan *diposting*.

Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto dan video, instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya di gunakan oleh kamera ponsel.

Instagram juga mempunyai sejumlah fitur unggulan yang membuatnya digemari dan telah digunakan oleh 150 juta pengguna. Diantara fitur yang dimiliki instagram:

- a. Kamera. Melalui fitur kamera pada instagram, pengguna dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya.
- b. Editor. Tool editor menjadi tempat bagi para pengguna instagram untuk memoles foto yang dijepret lewat kamera perangkatnya. Terdapat 10 tool editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan.

Dalam update terbaru instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud

² Bambang DwiAtmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h.10.

- kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.
- c. Tag dan Hashtag. Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, instagram juga mempunyai fitur tag dan hashtag yang berfungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.
 - d. Caption. Caption berfungsi sebagai deskriptor, sehingga pengguna dapat memberikan keterangan singkat terkait foto yang diunggahnya.
 - e. Integrasi ke Jejaring Sosial. Jika tool ini diaktifkan, pengguna instagram dapat berbagi foto atau video secara otomatis ke jejaring sosial yang sudah terhubung baik facebook, twitter, tumblr dan flirck.

Peningkatan jumlah pengguna instagram juga terjadi karena kemudahan akses terhadap instagram yang dapat digunakan secara mobile pada perangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer tablet.

C. Dakwah Himaprodi KPI Melalui Instagram

Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Himaprodi KPI) adalah salah satu lembaga kemahasiswaan internal kampus di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Agama Islam, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang berlokasi di dalam area kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jl. Sultan Alauddin, No. 259, Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan.

Salah satu program kerja (proker) Himaprodi KPI adalah dakwah yang merupakan salah satu bidang dalam kepengurusan. Dalam menjalankan proker ini, Himaprodi KPI berangkat dari hakekat dakwah itu sendiri, yaitu usaha memengaruhi dan mengajak manusia untuk mengikuti (menjalankan) ideologi (pengajak)nya. Sementara pengajak (da'i) sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya, dakwah tersebut agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, dai harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat, salah satu komponen ialah media dakwah.

Dakwah tidak lagi semata-mata menggunakan mimbar dan majelis-majelis ilmu. Pada era milenial, hampir setiap saat semua kalangan berjibaku dengan gadget, dan hal ini memberikan kesempatan besar bagi aktivis dakwah untuk menularkan virus-virus keagamaan kepada masyarakat dunia maya. Berdakwah pada masyarakat yang selalu disibukkan oleh gadget, penggunaan media dakwah berbasis internet akan menjadi media yang efektif karena jangkauannya yang luas dan informasi yang dibroadcast menyebar sangat cepat menembus ruang dan waktu.

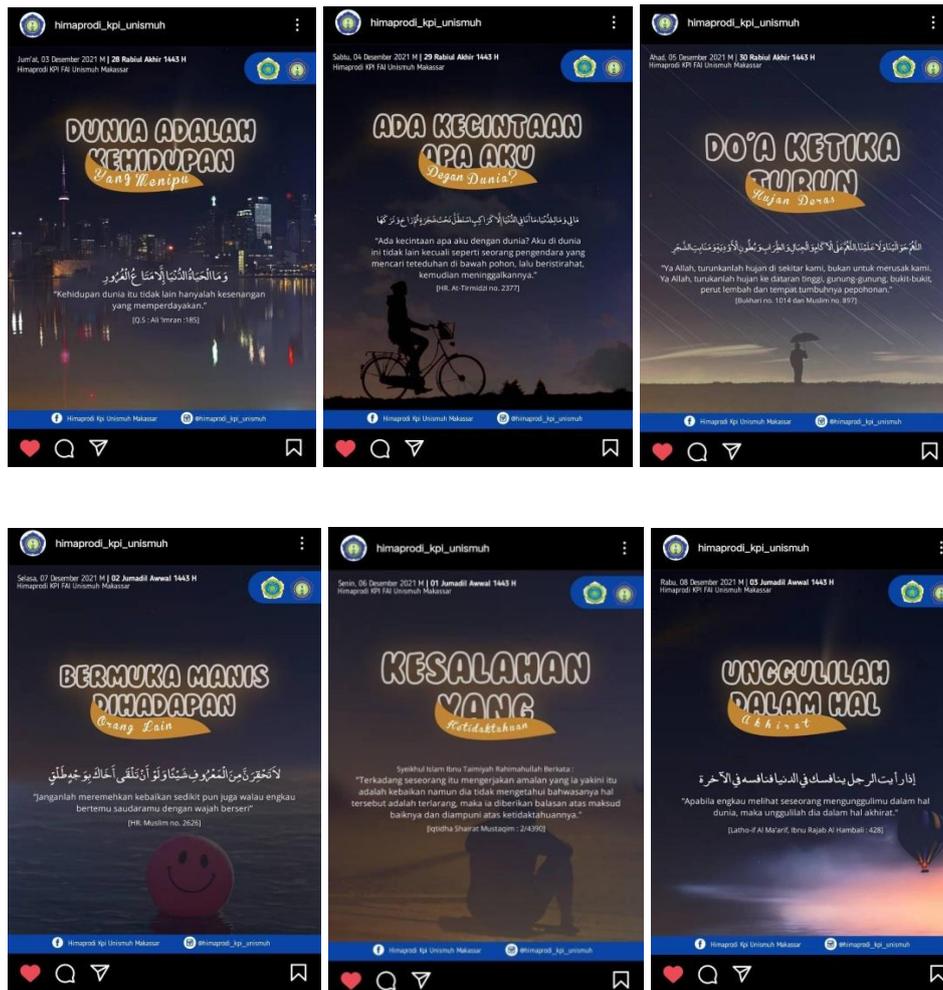
Dengan alasan di atas, salah satu aktifitas dakwah Himaprodi KPI dilakukan dalam bentuk poster dakwah melalui aplikasi instagram. Penyebaran poster dakwah ini memberikan efek tersendiri bagi mad'u. Mad'u dapat memerikan respon secara langsung terhadap pesan dakwah yang disampaikan *like* (suka) sebagai bentuk apresiasi positif, ataupun sebaliknya. Bahkan mad'u dapat memberikan komentar langsung atau komentar secara khusus pada fitur message.

Melalui poster dakwah di instagram, Himaprodi KPI menampilkan desain-desain serasi dengan baground pesan dan tema dakwah. Poster dakwah Himaprodi KPI berubah setiap sembilan postingan, dengan mengangkat tema dibutuhkan oleh warganet pengguna (followers) instagram Himaprodi KPI, seperti ajakan untuk tetap memperhatikan urusan-urusan dalam kehidupan di akhirat kelak, tips menjadi manusia yang diridhai Allah, do'a-do'a harian, tips menjalani kehidupan dunia.

Pada sisi dai sendiri, poster dakwah melalui instagram memberikan motivasi yang sangat kuat untuk terus belajar menambah kafasitas sebagai penyeru kepada kebenaran bukan saja terkait dengan materi dakwah, akan tetapi penggunaan instagram juga menuntut untuk terus mengasah diri dalam mengemas pesan pendek yang efektif. Efektifitas pesan pendek dalam bentuk poster ini sangat didukung oleh kemampuan teknis desain komunikasi visual atau desain grafis.

Berikut postingan instagram Himaprodi KPI dari tanggal 30 November sampai 8 Desember 2021, terdapat 9 postingan:





Komentar followers instagram @himaprodi_kpi_unismuh:

Akun Instagram @Imamarinalhidayahamsur:

"...dari sisi desainnya juga sangat bagus, pemilihan bagroundnya itu di cocokkan dengan tema yang dibahas, postingan dari tanggal 30 november sampai 8 desember 2021 itu juga punya ciri khas dari postingan lain. Temanya berubah per-sembilan postingan. Pembahasan yang diangkat sangat dibutuhkan bagi warganet, pengguna Instagram, saya berharap kegiatan dakwah ini bisa tetap terus berjalan. Saya juga melihat followersnya semakin bertambah itu artinya memang dakwah ini punya nilai plus tersendiri di kalangan warganet"

Akun Instagram @jhaan_9:

"...sangat sesuai dengan kehidupan sehari-hari kita sebagai umat muslim dakwah-dakwah singkat melalui postingan itu selalu buat saya pribadi jadi lebih paham mengenai hal yang sebelumnya saya belum pahami, dan juga sering jadi pengingat buat saya. Yang disampaikan itu banyak, mulai dari nasehat-nasehat, tips menjadi hamba yang dicintai,

bagaimana menjalani kehidupan, kita juga di ajarkan doa-doa. Desainnya juga sangat bagus, saya justru tertarik bisa mempelajari tehnik desain seperti itu, agar sebagai mahasiswa KPI yang tentunya punya tugas untuk berdakwah ini salah satu media dakwah yang menurut saya cocok apalagi untuk mendakwahi kaum milenial yang hampir semuanya menggunakan sosial media."

Akun Instagram @wahyuni_azhyfani2:

"... ini dakwah yang tepat untuk anak jaman sekarang yang dunianya itu berkiblat dari apa yang mereka liat di sosial media. Sebagai pengguna instagram bisa dapat pengetahuan tentang keislaman background postingannya itu berubah-ubah sehingga, kita sebagai khalayak yang melihat tidak bosan dengan postingan yang monoton."

Akun Instagram @muhsinel92:

"...kreativitas yang ditunjukkan Himaprodi KPI dalam menyajikan dakwah di instagram, membuat poster dakwah yang tidak hanya fokus pada konten dakwahnya tetapi juga mementingkan unsur estetika dalam pembuatannya ini sangat bagus. Sangat cocok untuk khalayak yang kebanyakan adalah remaja yang beranjak dewasa. Memotivasi kaum muda untuk melakukan hal yang sama dalam berdakwah, bisa memberi informasi yang baik bagi khalayak dengat tidak terkesan menggurui, dan memotivasi khalayak untuk lebih semangat beribadah. Semoga Himaprodi KPI bisa konsisten dalam penyebarluasan dakwahnya."

Akun Instagram @ulyekasaputri:

"...hadis-hadis, ayat-ayat Al-qur'an dan kata-kata nasehat serta motivasi yang dikutip menjadi penyemangat untuk istiqomah menjalankan ajaran islam dengan benar. Sekarang kita lihat remaja itu lebih cenderung membuka sosial media di bandingkan ikut majelis ilmu sehingga dengan adanya aktivitas dakwah ini sangat efektif, bukan hanya untuk remaja tapi juga bisa menjangkau semua kalangan pengguna instagram."

Akun Instagram @abd.jafarr:

"Kegiatan dakwah ini tentu cukup efektif apalagi untuk kaum milenial karena di zaman sekarang ini kita tahu bahwasanya kaum milenia itu lebih sering menggunakan handpone untuk membuka sosmed ketimbang mendengarkan kajian islami secara langsung. Sebagai desainer grafis, penyebarluasan dakwah menggunakan desain seperti ini memadukan antar unsur keislaman dan modern sehingga mudah di tangkap. Saya berharap kegiatan dakwah himaprodi melalui instagram ini tidak hanya berfokus pada

pembuatan poster dakwah tetapi juga bisa lebih mengembangkan skil dan menyediakan konten dakwah yang berbentuk video.”

Akun Instagram @aswar_nawawi:

“Dakwah yang dilakukan himaprodi KPI di Instagram saya rasa cukup efektif karena banyak orang yang bisa diajngkau dan postingan dakwahnya diupload secara konsisten dan terjadwal. akan lebih bagus lagi kalau postingan dakwahnya bukan hanya berupa foto tetapi juga video, seperti nasehat-nasehat singkat misalnya.”

PENUTUP

Berdasarkan komentar followers instagram @himaprodi_kpi_unismuh di atas, dapat ditarik kesimpulan dari aktivitas dakwah yang dilakukan Himaprdi KPI melalui aplikasi instrgram sebagai berikut:

1) Menambah pengetahuan tentang keislaman.

Aktivitas dakwah Himaprodi KPI melalui aplikasi instagram menjadi sarana (media) yang dapat menambah pengetahuan pengguna instagram, khususnya followers instagram @himaprodi_kpi_unismuh terhadap hadis-hadis yaumiyah (tuntunan Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam sehari-hari), menambah pengetahuan tentang al-quran dan kata-kata hikmah yang dikemas dalam bentuk poster dakwah.

2) Memurajaah (mereview) kembali pengetahuan dan khazanah islam yang pernah diketahui.

Aktivitas dakwah yang dilakukan Himaprodi KPI melalui aplikasi instagram, menjadi media bagi pengguna instagram, khususnya followers akun Instagram @himaprodi_kpi_unismuh untuk memurajaah (mereview) pengetahuan mereka tentang Islam dan khazanahnya. Hal ini demikian penting karena followers akun Instagram @himaprodi_kpi_unismuh bukan hanya dari kalangan mahasiswa dan kaum terpelajar lainnya, akan tetapi orang awam pengetahuan islamnya juga menjadi followers akun instagram @himaprodi_kpi_unismuh. Di samping itu, aktivis dakwah Himaprodi KPI

juga termasuk kalangan yang dituntut memurajaah (mereview) pengetahuan Islamnya melalui aktivitas dakwah mereka di instagram.

3) Memberikan motivasi untuk mengamalkan ajaran Islam.

Aktivitas dakwah Himaprodi KPI melalui aplikasi instagram menjadi motivator yang menambah semangat bagi followersnya untuk mengamalkan ajaran Islam yang diposting pada akun instagram @himaprodi_kpi_unismuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Muhammad (2008). *Memperbarui Komitmen Dakwah*. Jakarta: Rabbani Pers.
- Ali Aziz, Moh., (2015). *Ilmu Dakwah*, ed. revisi. Cet. IV; Jakarta: Prenadamedia Group.
- Alyusi, Shiefti Dyah (2016). *Media Sosial, Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Amin, Samsul Munir (2009). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Arifin, M. (2000). *Psikologi Dakwa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Atmoko, Bambang Dwi (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Berkowski, George (2016). *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia* Tangerang:Gemilang.
- Cangara, Hafied (2010). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (1996). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Helmi, Masdar (2009). *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, Semarang: CV Toha Putra.
- Lesmana, Gusti Ngurah Aditya (2018). *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment*. Jakarta: PT. XL AXIATA.
- Munir, M. & Wahyu Ilaihi (2006). *Manajemwn Dakwah*, Jakarta: Rahmat Semesta.
- Nasrullah, Rulli (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Saerozi (2013). *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Salbino, Sherief. 2014. Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula. Jakarta: Kunci Komunikasi.

Syamsuddin. 2016. Pengantar Sosiologi Dakwah. Jakarta: Kencana.

Referensi Internet:

<http://blog.ub.ac.id/alifiainformatika-perkembangan-aplikasi-social-photo-sharing-Instagram/> diakses 03/0\11/2021 pukul 19:38

<Http://andikhaerul.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-kegunaan-instagram.html> diakses 29 desember 2020

<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 03/11/2021 pukul 18:41

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram> (28 juni 2021)

Instagram (on-line), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada 03/11/2021