

EFEKTIVITAS DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN KAUM MILENIAL

Faridah Faridah¹, Zulkarnain², Muhammad Yusuf³, Asriadi³

¹Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai,

²UIN Alauddin Makassar,

³Sekolah Tinggi Agama Islam Darud Dakwah Wal-Irsyad Makassar,

⁴Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai

¹Email: andifaridah81@gmail.com,

²Email: paturuniz@gmail.com

³Email: yusufburhan8588@gmail.com,

⁴Email: asriadiaccy92@gmail.com

Abstrak

Pokok masalah dalam makalah ini bertujuan untuk mengetahui, dan menganalisis efektivitas dakwah di sosial media Instagram di kalangan para milenial. Pokok masalah tersebut dibagi menjadi dua sub masalah yaitu: Pandangan milenial terhadap dakwah di Instagram dan faktor pendukung dan penghambat dakwah di Instagram di kalangan milenial.

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian kualitatif. Adapun sumber data penelitian diperoleh langsung dari beberapa tokoh pemuda, selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara berjumlah dua orang dan dokumentasi serta penelusuran dari berbagai literatur atau referensi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

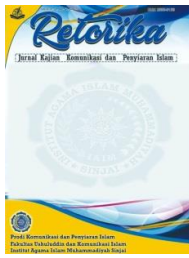
Hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa yang dianggap masih efektif untuk digunakan sebagai media dakwah adalah dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Dengan sarana ini akan memudahkan dakwah di kalangan milenial, kecanggihan media informasi dan teknologi menjawab segala kebutuhan manusia masa kini. Kemudian, faktor pendukung Instagram bagi kalangan milenial adalah banyaknya pengguna media sosial instargram dan kemudahan dalam mengoperasikan media sosial Instagram. Faktor penghambatnya adalah durasi waktu dalam video di Instagram cukup sedikit dan keterbatasan kuota karena terkait dengan ekonomi.

Implikasi dengan media sosial instargram, pada dai dapat mempermudah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dan Bagi para milenial, dengan Instagram dapat mempermudah dalam mengakses informasi atau pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh dai atau pelaku dakwah.

Kata Kunci: *Dakwah, Instagram, Milenial.*

1. PENDAHULUAN

Era sekarang ini, perkembangan internet mulai merambah dan mendapatkan posisi yang kuat di deretan media massa yang lebih dahulu ada seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Melalui hardware dan software, seseorang dengan mudah mendapatkan informasi yang diinginkan hanya melalui komputer yang dilengkapi dengan modem yang disambungkan dengan jaringan telepon. Bahkan



RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 4, No. 2, 2022

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/indeks.php/retorika>

DOI : <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>

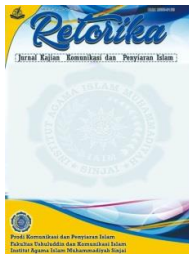
internet bukan lagi sesuatu yang dianggap sekedar media dalam arti perantara yang mengantarkan pesan satu ke pihak lain, akan tetapi sebuah ruang ekspresi keagamaan.

Perkembangan abad ke 21 ini teknologi komunikasi semakin beragam dan semakin canggih dalam kehidupan masyarakat dan tidak dapat dihindari. Internet bukan hanya melalui komputer yang dilengkapi dengan modem yang disambungkan, akan tetapi penggunaan internet dapat digunakan menggunakan Wifi, bahkan bisa digunakan dengan *android* ataupun *smartphone*

Keberadaan internet sebagai *new media* memiliki kelebihan dalam menyajikan berbagai informasi secara aktual. Fitur-fitur dalam internet yang disebut jejaring sosial seperti Youtube, WhatsApp, Facebook, Twitter, Tiktok, Instagram dan masih banyak lagi media sosial yang diberikan internet membuat penggunanya dapat memilih dengan cara apa berkomunikasi dan men-*share* informasi. Kemudian hal-hal yang membuat instan yang menjadikan fitur internet membuat sebagian besar penggunanya merasa nyaman sehingga banyak yang menggunakan internet sebagai suatu kebutuhan. Internet di huni oleh jutaan orang yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat dunia bahkan Indonesia. Instagram menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp. Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto atau video singkat dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, tidak terkecuali para dai atau pendakwah. Para dai pada umumnya berdakwah melalui video dengan memanfaatkan Instagram. Mereka mengemas konsep dakwah yang kreatif melalui video di Instagram untuk mengedukasi, memotivasi atau mengubah perilaku target dakwah (pengguna Instagram) agar menjadi lebih religius.

Instagram merupakan media teknologi komunikasi baru yang begitu cepat perkembangannya, canggih dan tiada batasan, perkembangan besar ini tidak direncanakan. Teknologi komunikasi dihadapkan pada berbagai perubahan dalam aspek-aspek kehidupan masyarakat. Hal ini diakibatkan karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu pesat, serta globalisasi yang melanda dunia sehingga manusia dituntut untuk mengikuti kemajuan zaman. Pengguna Instagram di Indonesia bukan hanya sebatas meng-upload foto dan tren gaya hidup saja dalam



kegiatan sehari-hari, namun sebagian pengguna Instagram di Indonesia sudah memanfaatkannya sebagai media berdakwah.

Instagram bisa menjadi media alternatif dalam pengembangan syiar agama Islam dalam bentuk gambar yang disertai tulisan-tulisan atau dali-dalil dalam menyebarkan dakwah Islamiah.¹¹ Melalui media internet khususnya Instagram dapat menuliskan pesan-pesan melalui jejaring sosial, kini semakin dibutuhkan para juru dakwah yang akrab dengan teknologi informasi dan komunikasi sekaligus memahami teknik dan strategi pemanfaatan media.

Seiring dengan perkembangan peradaban dan kecanggihan teknologi, dakwah sebagai suatu komunikasi dituntut agar dapat lebih efektif dan efisien, sehingga dengan demikian akan menjadikan dakwah lebih komunikatif. Keberadaan da'i pada dasarnya sangat menentukan keberhasilan kerja dakwah, sebab kondisi masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya masih bersifat paternalistic, yakni masih sangat bergantung dengan sosok seorang figur atau tokoh. Kesuksesan suatu dakwah memang sangat bergantung kepada pribadi pembawa dakwah itu sendiri, yang sekarang lebih populer disebut da'i.

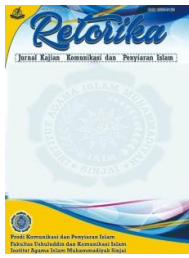
Dalam menyampaikan pesan-pesan agama, seorang juru dakwah tidak harus lagi menghadirkan masyarakat sasaran duduk di depan mata. Melalui media internet dapat menuliskan pesan-pesan melalui jejaring sosial khususnya Instagram. Oleh karena itu, penulis akan menguraikan sejauh mana efektivitas dakwah melalui media sosial khususnya instargram di kalangan milenial.

2. METODOLOGI

• Jenis dan Lokasi Penelitian

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memenuhi suatu subjek atau objek penelitian sebagai suatu upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. Setiap karya ilmiah harus didukung oleh metode untuk menopang baik dalam pengumpulan data bahkan sampai kepada hasil pengolahan data. Objek dari kajian ilmiah ini adalah kajian tentang efektivitas dakwah melalui Media Sosial Intagram di kalangan Milenial. Oleh karena itu maka penulis menggunakan penelitian lapangan atau *field research kualitatif*.

a. Jenis penelitian



Menurut Sugiyono menyatakan pada penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Disisi lain, menurut Suharsimi Arikunto, penelitian lapangan (*field research*) merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yakni data yang diperoleh berupa kata-kata, gambar, perilaku, tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik melainkan tetap dalam bentuk kualitatif yang memiliki arti lebih dari sekedar angka atau frekuensi serta mengumpulkan informasi suatu gejala yang dengan menggambarkan suatu keadaan menurut “apa adanya” mengenai suatu gejala atau keadaan. Penelitian dalam makalah ini adalah menggunakan jenis penelitian kualitatif yakni penelitian yang berdasarkan peristiwa yang terjadi di lapangan sesuai dengan kenyataan yang ada.

b. Lokasi penelitian

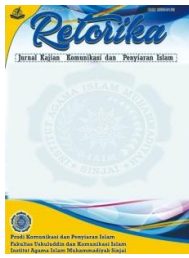
S. Nasution mengatakan bahwa ada tiga unsur yang perlu diperhatikan dalam penelitian antara lain yaitu, lokasi, pelaku dan aktifitas kegiatan. Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Makassar. Lokasi tersebut dipilih sebagai objek penelitian dengan pertimbangan bahwa penelitian yang akan diteliti belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Pemilihan lokasi ini atas dasar pertimbangan bahwasanya efektivitas dakwah di kalangan milenial terhadap Ustadz Das'ad Latif di Instagram sesuai dengan situasi dan kondisi.

2. Sumber Data

Menurut Jhon Lofland dan Lyn H. Lofland, Sumber data utama penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain- lain. Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan sumber data adalah subjek data yang diperoleh. Dalam penelitian kualitatif, posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi sebagai sumber informasi. Berdasarkan penelitian ini maka sumber data diperoleh adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (responden/informan). Data primer adalah sejumlah keterangan atau fakta yang langsung diperoleh dari subjek penelitian di lapangan menggunakan pedoman



wawancara data dan langsung pada subjek sebagai informan. Dalam hal ini sebagai subjek adalah informan kunci yaitu kalangan milenial dan orang dewasa.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau data tidak langsung yang diperoleh dari subjek lainnya. Data tersebut dari sumber data yang mendukung fokus penelitian dari objek penelitian atau data yang diperoleh dari pihak ketiga. Data sekunder tersebut biasanya berupa dokumen, arsip yang berhubungan atau berkaitan dengan penelitian ini serta data dari laporan-laporan sebelumnya.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penelitian yang akan dilakukan ini penulis menggunakan metode yang relevan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, berdasarkan hal tersebut maka teknik pengumpulan data yang akan dilakukan sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Menurut Suharsimi Arikunto, Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, secara pencatatan secara sistematis.²⁹ Dengan menggunakan metode ini maka peneliti dapat mengambil secara dekat dengan cara mengamati langsung serta melibatkan diri dengan situasi yang akan diselidiki. Dalam observasi ini melakukan pengamatan langsung di kalangan milenial.

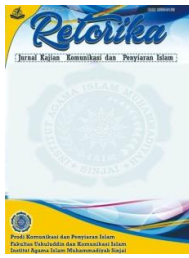
b. Wawancara

Menurut Setyadin, wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.³⁰ Proses wawancara dilakukan dengan bertanya jawab berdasarkan pedoman yang ditujukan kepada informan kunci. Kegunaan wawancara tersebut adalah untuk mendapatkan data dari sumber utama yang lengkap dari peneliti. Adapun informan yang diwawancarai oleh peneliti antara lain:

1. Ardiansyah (Mahasiswa)
2. Amel (Siswa SMA)

c. Dokumentasi

Menurut Gottschalk, sering digunakan para ahli dalam dua pengertian, yaitu pertama, berarti sumber tertulis bagi informasi sejarah sebagai kebalikan daripada



kesaksian lisan, artefak, peninggalan-peninggalan terlukis, dan petilasan-petilasan arkeologis. Pengertian kedua diperuntukkan bagi surat-surat resmi dan surat-surat Negara, seperti surat perjanjian, undang-undang, hibah, konsesi dan lainnya. Dokumentasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah dokumen yang berasal dari akun Instagram yang dapat mendukung penelitian ini.

4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan simtesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik pengolahan data yang dimaksud adalah data yang diperoleh, dikumpulkan kemudian diolah dan dikerjakan serta dimanfaatkan sedemikian rupa dengan menggunakan metode analisis deskriptif.

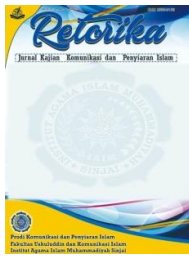
Teknik analisis dan interpretasi yang digunakan adalah teori Haberman dan Miles yang dikutip oleh Burhan Bungin. Teknik ini dikenal dengan istilah teknik pengolahan interaktif. Cara kerja dari metode analisis data ini dimulai dari peyajian data, pengorganisasian data, koleksi data, verifikasi data, serta mengambil kesimpulan. Proses analisis data ini dilakukan secara terus menerus bersamaan dengan pengumpulan data dan kemudian dilanjutkan setelah pengumpulan data selesai dilakukan. Di dalam melakukan analisis data peneliti mengacu kepada tahapan yang dijelaskan Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip Sukmadinata yang terdiri dari tiga tahapan yaitu:

a. Reduksi Data

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang ditulis di lapangan. Proses ini berlangsung selama dan sesudah penelitian di lapangan. Dengan demikian reduksi data ini merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menonjolkan hal-hal yang penting, dan menyisihkan hal-hal yang tidak penting, mengorganisirnya dengan lebih sistematis sehingga dapat diambil suatu pengertian yang bermakna.

b. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat atau keadaan bentuk naratif deskriptif (pengungkapan secara tertulis).



Penyajian data merupakan proses pemberian sekumpulan informasi yang tersusun sehingga memberikan kemungkinan untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan demikian penyajian data merupakan gambaran secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca secara menyeluruh.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Data yang telah direduksi dan disajikan kemudian disimpulkan. Penarikan kesimpulan merupakan suatu kegiatan konfigurasi yang utuh dan terus diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi dilakukan dengan cara peninjauan kembali pemikiran-pemikiran awal peneliti, meninjau dan menyeleksi kembali catatan-catatan lapangan dan mendiskusikan temuan-temuan penelitian dengan informan.

3. PEMBAHASAN

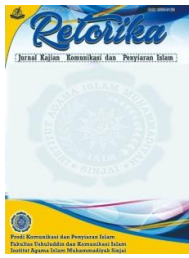
3.1 Pandangan Milenial terhadap Dakwah di Instagram

Peradaban umat manusia pada zaman milenial merupakan era teknologi informasi yang canggih. John Naisbitt, mengungkapkan "*we are moving toward the capability to communicate anything to anyone, anywhere, anytime, by voice, data, text or image at the speed of light*"³⁷ (kita sedang bergerak ke arah kemampuan berkomunikasi apa saja kepada siapa pun, di mana pun, berbentuk apa pun (baik itu) suara, data, tulisan atau gambar (citra) dengan (menggunakan kecepatan suara).

Dalam rangka dakwah Islamiyah, kita harus mampu berdialog dengan kebudayaan modern dan secara aktif mengisi dengan substansi dan nuansa nuansa islami. Hal ini hanya bisa dilakukan bila memahami arus globalisasi secara benar dan tidak tertinggal dengan informasi-informasi aktual dari manca negara.

Menurut futurolog John Naisbitt: "*The new source of power is not money in the hands of a few but information in the hands of many*"³⁸ (kekuatan baru dewasa ini bukanlah harta karun di tangan segelintir manusia tapi jaringan informasi di tangan banyak manusia). Ungkapan tersebut merupakan sekelumit gambaran era informasi yang mengglobal dan yang menghadang di hadapan umat Islam dimanapun berada di muka bumi ini.

Perlu di kembangkan sistem dakwah yang menggunakan dan memilih teknologi informasi yang efisien dan bersih sesuai dengan kodrat umat manusia. Ini



RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 4, No. 2, 2022

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/retorika>

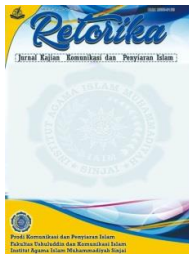
DOI : <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>

sudah tiba pada suatu masa dimana para da'i mendapat tantangan yang sangat kompleks untuk mencari solusi dalam memberikan problem solving. Para da'i dituntut untuk dapat menerjemahkan pesan Islam sesuai dengan manajemen dakwah modern, efektif dan efisien kepada masyarakat luas. makalislam akan semakin luas jangkauannya dan mudah dimengerti serta tidak disalahmengertikan oleh non muslim.

Era kemajuan teknologi bukanlah hambatan, akan tetapi merupakan tantangan. Generasi milenial (muda) harus mampu memaksimalkan kemajuan teknologi untuk sesuatu yang bermanfaat. Bukan sebaliknya, menyalahgunakannya untuk memicu keributan atau menimbulkan keresahan. Di era milenial ini, pemanfaatan teknologi media sosial sangat santer menyentuh berbagai lapisan masyarakat Indonesia, mulai dari masyarakat perkotaan hingga masyarakat yang ada di pedesaan yang ada dipelosok nun jauh disana. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ataupun WhatsApp. Beragam media ini sangatlah baik jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah.

Dakwah adalah kegiatan untuk mengajak atau menyeru kepada Sang Pencipta. Semakin berkembangnya zaman tuntutan dakwah Islam juga menjadi semakin penting. Banyaknya pemikiran maupun gerakan yang berseberangan dengan Islam membuat para generasi muda Islam seperti kehilangan identitas, sehingga diantara mereka tidak sedikit terjebak kepada paham-paham radikal. Berkaitan dengan hal tersebut, para da'i dituntut untuk lebih kreatif dalam mendesain dalam mengkreasikan bentuk dakwah sehingga tidak terkesan ketinggalan zaman. Kegiatan berdakwah zaman milenial aniat dibutuhkan eksistensinya dan memiliki berbagai manfaat di antara:

- a. Dakwah zaman milenial mencegah pemurtadan. Belakangan ini sering mendengar kegiatan pemurtadan terhadap umat Islam. Jika kita telusuri: asbabnya bermacam-macam, tetapi yang kerap terjadi kali terjadi adalah faktor ekonomi. Banyak yang memiliki daya ekonomi lemah sangat riskan untuk berpindah keyakinan. Mereka diiming-iming materi dengan tujuan meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Namun demikian, jika ditarik benang merahnya ternyata asbabnya yang paling utama adalah lemahnya

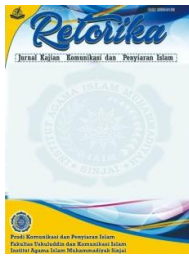


iman dan mungkin tidak tersentuh oleh dakwah sehingga dapat berpindah keyakinan.

- b. Maraknya budaya Barat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Ini menjadi keresahan umat umat Islam, bahwa budaya barat sudah memasuki kalangan generasi Islam. Hampir semua media telah dikuasai sebagian besar non Islam, sehingga dengan mudahnya mereka memasukkan program yang akan merusak generasi muda Islam khususnya pada aspek akhlak. Generasi milenial disuguhkan dengan dengan film-film, komik, siaran-siaran televisi yang bertenggan dengan Islam. Generasi milenial banyak yang terjebak dengan pada perilaku seks bebas, minum-minuman keras dan lain sebagainya.
- c. Tongkat estafet menuju era kegemilangan Islam. Salah satu strategi yang bisa digunakan agar generasi setelahnya, paham dengan ajaran Islam tentu saja melalui dakwah Islam. Dengan dakwah, ilmu-ilmu Islam tidak akan luntur dan akan terus berkembang. Dakwah Islam yang dilakukan pun dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya melalui buku-buku, media internet. Youtube, WhatsApp, Facebook, dan media sosial lainnya. Berdakwah di era milenial berhadapan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Dakwah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan perangkat yang terus berkembang pesat. Juga, dituntut dapat diakses dengan cepat dengan konten menarik dalam bentuk digital. Terlebih pada era milenial yang kecenderungannya bergantung pada internet, aktivitas sehari-hari cenderung menggunakan media modern. Maka kajian tentang era milenial secara khusus penting dikaji untuk mengetahui pendekatan dakwah seperti apa yang bisa digunakan untuk mencapai kesuksesan dalam berdakwah.

Beberapa studi tentang generasi milenial menggambarkan mereka yang terkatagori milenial dalam berkomunikasi banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti Facebook, Youtube, Tiktok, Instagram, Whatsapp dan Twitter. Mereka juga suka main gameonline. Generasi ini dikenal sangat senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring. Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung melainkan hidup di dunia maya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online. mendapatkan informasi, dan kegiatan lainnya.

Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu, ada dua hal yang dapat dilakukan. Pertama, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasi



milennial. Maka, gadget dan media sosial harus dijadikan wasilah dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan. namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, soundcloud, infografis, dan juga meme, dimuat di YouTube agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan YouTube. Instagram, dan sebagainya, sebelum akhirnya bisa fenomenal secara offline. Kedua, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenial dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik.

Sekarang zaman milenial ini dengan menggunakan strategi melalui *new media* seperti internet dan media sosial lainnya. Sekarang tinggal bagaimana para juru dakwah atau pelaku dakwah menggunakan media-media komunikasi modern sedemikian rupa untuk hal-hal yang konstruktif dan bermanfaat untuk kepentingan dakwah.

3 . 2 Pendukung dan Penghambat Efektivitas Dakwah di Instagram Pada Kalangan Milenial

a. Faktor Pendukung

1). Pengguna Instagram

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa sejak dikeluarkannya instagram bertahun-tahun lalu, penggunaanya semakin banyak hingga saat ini. Hal ini tentu saja menguntungkan bagi pelaku dakwah dan mad'u untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui sosial media instagram.

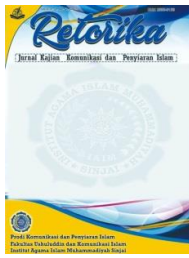
2). Mudah dioperasikan

Karena kemudahan yang disuguhkan, menjadikan instagram media yang sangat cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Seperti memposting foto atau video, memberi like dan komentar pada postingan, memfollow hingga searching yang relevan dengan hashtag pun dapat dilakukan dengan sangat mudah.

b. Faktor Penghambat

1). Video Pendek (Terbatas durasi waktu)

Dalam fitur media sosial Instagram, terdapat keterbatasan durasi video. Keterbatasan ini menjadi faktor banyak menimbulkan masalah. Dengan video yang pendek terkadang menimbulkan kesalah pahaman. Dengan menyebarkan video-video pendek sehingga perlu kiranya dalam menyebarkan video harus melihat secara full. Banyaknya terjadi kesalah pahaman di masyarakat karena potongan-potongan video



yang tersebar dengan mudah dan banyaknya berita-berita hoax yang menjadi pemicu terjadinya kesalah pahaman diantara pengguna media sosial Instagram.

2). Keterbatasan Kuota

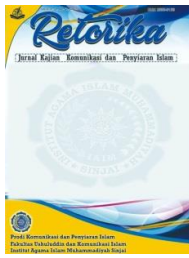
Keterbatasan kuota internet dan pengetahuan mad'u adalah kendala yang harus dihadapi dalam mengakses pengetahuan-pengetahuan tentang islam. Kebayang kalau misalnya lagi menyimak penjelasan dai, lalu gadget berhenti internetnya karena kuota internet habis. Konsentrasi mad'u atau pendengar akan terpecah dan jelas hal ini hambatan proses penyampaian pesan-pesan dakwah islam.

Keterbatasan kuota yang berujung pada terhambatnya penyampaian pesan dakwah secara daring yang dilakukan oleh mad'u ini akan menjadi semakin kompleks manakala pengetahuan yang masih kurang.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Kegiatan berdakwah di era milenial ini, dapat dilakukan dengan pemafaatan teknologi media sosial yang sangat santer menyentuh berbagai lapisan. masyarakat Indonesia, mulai dari masyarakat perkotaan hingga masyarakat yang ada di pedesaan. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ataupun WhatsApp. Beragam media ini sangatlah baik jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah. Salah satu metode yang dianggap masih efektif untuk digunakan sebagai media dakwah adalah dengan memanfaatkan new media seperti instagram. Dengan sarana new media ini akan memudahkan dakwah milenial, kecanggihan media informasi dan teknologi menjawab segala kebutuhan manusia masa kini.
- b. Factor pendukung efektivitas dakwah yaitu pengguna yang banyak dan menjadi salah satu media yang diminati sehingga dai mudah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwh kepada mad'u. kemudahan dalam mengoperasikan media sosial instargram menjadi kelebihan karena tidak menggnakan tenaga. Sedangkan yang menjadi factor penghambat dalah durasi waktu yang terbatas sehingga banyak menimbulkan masalah akibat dari potongan-potongan video dan tidak melihat secara keseluruhan video yang tersebar di kalangan mad'u khususnya di kalangan milenial dan keterbatasan kuota menjadi pengahambat karena terkait dengan ekonomi.

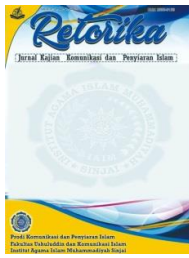


2. Implikasi

- a. Diharapkan dengan media sosial instagram, pada dai dapat mempermudah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.
- b. Bagi para milenial, dengan Instagram dapat mempermudah dalam mengakses informasi atau pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh dai atau pelaku dakwah

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Elisabet Yunaeti. *Pengantar sistem informasi*. Penerbit Andi, 2017.
- Aminudin, Aminudin. "Dakwah Zaman Now." *Al-MUNZIR* 11, no. 1 (2018).
- AR, M. Fikri. *Konflik agama dan konstruksi new media: kajian kritis pemberitaan konflik di media berita online*. Universitas Brawijaya Press, 2015.
- Arifah, Fatimah Nur. "Analisis sosial media sebagai strategi marketing dalam bisnis online." *Jurnal Transformasi* 11, no. 2 (2015).
- Arifuddin, Muhammad Rizqi, and Irwansyah Irwansyah. "Dari Foto dan Video ke Toko: Perkembangan Instagram dalam Perspektif Konstruksi Sosial." *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 3, no. 1 (2019):
- Azizah, Nur. "Pesan Dakwah Dalam Film Negeri 5 Menara." PhD diss., IAIN
- Burhan Bungin, *Analisis Data Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke arah Penguasaan Model Aplikasi* (Cet. III; Jakarta: Rajawali Press).
- Faridah, F., Ni'mah, S., & Kusnadi, K. (2021). Metode Dakwah Dalam Al-Quran. Al-Mubarak; *Jurnal Kajian Al-Quran dan Tafsir*, (2) 157-171
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek* (Cet. IV; Jakarta: Bumi Aksara, 2016).
- Mahyuddin, M. A. *Sosiologi Komunikasi:(Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Penerbit Shofia, 2019.
- Nurrahmi, Febri, and Putri Farabuana." Efektifitas Dakwah Melalui Instagram" *Nyimak Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, No 1 (2021)
- Puspianto, Alim. "Tantangan Dakwah Antar Budaya di Media Massa." *An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 6, no. 1 (2017)
- Raharja, Sam'un Jaja, and Sari Usih Natari. "Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2021):
- Ritonga, Muslimin. "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial." *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)* 3, no. 1 (2019)
- Ritonga, Muslimin. "Penerapan Metode Dakwah Mau'idzah Hasanah di Era Hoax Milenial (Pemuda Warga Puri Domas Sleman Yogyakarta)." *Al-Munzir* 12, no. 1 (2019).
- Rosi, Bahurur. "Internalisasi Konsep Ummatan Wasathan Dengan Pendekatan Dakwah Kultural." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2019)
- S. Nasution, *Metode Naturlistik Kualitatif* (Cet. I; Bandung: Tarsiti, 1996).
- Saputra, Tubagus Fuad, Denny Hernawan, and Ike Atikah Ratnamulyani. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Kinerja Disiplin Pkwt Dinas Perhubungan Kota Bogor."



RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 4, No. 2, 2022

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/indeks.php/retorika>

DOI : <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>

- Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, Riesky Chris Devianti, "Perilaku Generasi Milenial dalam menggunakan aplikasi go food, jurnal management dan kewirausahaan, Vol.6 no 2,2018
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Cet. IV; Jakarta: Rineka Cipta, 1998)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi: Jakarta:
- Surahman, Sigit. "Determinisme teknologi komunikasi dan globalisasi media terhadap seni budaya Indonesia." *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* 12, no. 1 (2016)
- Syafaat, Muhammad, and Delmia Wahyudin. "Analisis Implementasi Digital Public Relations Pada Konten Instagram@ Alaminuniversal." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 3, no. 1 (2020):
- Zaenuri, Lalu Ahmad. "Eksistensi Da'I Dalam TilikanAl-Quran." *Tasâmuh* 11, no. 2 (2014)
- Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin. "Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2016)
- Estuningtyas, Retna Dwi. "Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di EraModernisasi." *Stai muttaqien. Ac.id*,2020.