

## MINAT MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM DALAM MELAKUKAN DAKWAH DENGAN MENGGUNAKAN INSTAGRAM

Akbar Aziz Efendi<sup>1</sup>, Rasman<sup>2</sup>  
Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1,2</sup>  
[Efendiazizakbar@gmail.com](mailto:Efendiazizakbar@gmail.com)

### ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Dalam Melakukan Menggunakan Instagram, hal tersebut berdasarkan pengamatan dan observasi yang telah peneliti lakukan kepada mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam dengan 52 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam hanya 10 orang yang sudah melakukan dakwah menggunakan instagram atau dengan presentase 19,2% dari 52 orang tersebut. Komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, hal tersebut menjadi landasan teori dalam pemanfaatan instagram sebagai salah satu media masa yang menjadi alat untuk berdakwah Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Dimana penelitian ini memilih pada analisis kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Hasil dari 52 orang mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dapat disimpulkan berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, bahwa minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram sangatlah tinggi. Hasil tersebut berbanding terbalik dari hasil observasi awal yang di lakukan peneliti yaitu masih sangat rendahnya minat mahasiswa dalam melakukan dakwah menggunakan instagram, Setelah peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dan menyebar kuisioner kepada responden dan di dapati hasil setelah data-data dari responden tersebut di olah maka terjadinya peningkatan minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram, yaitu pada saat observasi mahasiswa yang sudah melakukan dakwah menggunakan instagram hanya 10 orang atau dengan persentase 19,2% dan setelah peneliti melakukan penelitian dan mengumpulkan data melalui kuisioner dan di olah menggunakan SPSS versi 22.0 minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah dengan menggunakan instagram meningkat menjadi 51,8%. Berdasarkan nilai presentase tersebut dapat di simpulkan bahwa minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram meningkat 51,8% yang pada saat observasi hanya 19,2% dan berada pada kategori “sangat tinggi” dilihat dari persentase jawaban responden.

**Kata Kunci :** Dakwah, Instagram, Minat

### ***ISLAMIC COMMUNICATION AND BROADCASTING STUDENTS' INTEREST IN CONDUCTING DAKWAH USING INSTAGRAM ABSTRACT***

*Mass communication is a process of communicators use media to spread messages widely. This is the theoretical basis for using Instagram as a mass media as a tool for preaching. This study aimed to determine the interest of Islamic Communication and Broadcasting students in carrying out da'wah by using Instagram. This study used survey method. The population of this study was 52 Islamic Communication and Broadcasting students. The sample of this study was 10 people that have done da'wah by using Instagram or by a percentage of 19.2% of the 52 people. This study used primary and secondary data. The data were collected by using observation and questionair. This study used quantitative analysis and were processed by using the SPSS version 22.0. The results of the study show that the interest of Islamic communication and broadcasting students in conducting da'wah using Instagram is very high. The increasing interest of Islamic communication and broadcasting students in conducting da'wah by using Instagram, namely at the time of observation, only 10 students had done da'wah by using Instagram or a percentage of 19.2% and the results of the SPSS version 22.0 Islamic communication and broadcasting students' interest in conducting da'wah by using Instagram increased to 51.8%..*

**Keywords:** Da'wah, Instagram, Interest

## PENDAHULUAN

Dakwah merupakan sebuah proses dalam menjadikan perilaku seseorang untuk menjalankan agama Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* dan harus didakwahkan kepada umat lainnya. Dakwah ini bertujuan dalam mengembalikan fitrah manusia dengan agamanya, dan menyadarkan manusia tentang perlunya bertauhid dan mau mengamalkan ajaran-ajaran Islam, serta berperilaku baik kepada sesamanya. Islam adalah agama dakwah, yang menyebarluaskan seluruh kebenaran dan mengajak semua orang yang belum memercayainya untuk percaya, menumbuhkan pengertian dan kesadaran dalam diri agar umat Islam mampu menjalani hidup yang sesuai dengan perintah-perintah yang dianggap sebagai tugas suci dan itu merupakan tugas setiap muslim. Dengan demikian setiap umat muslim berkewajiban untuk berdakwah. Seperti dalam firman Allah surat Ali Imran/3:110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلَ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

*Artinya: Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, diantara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.*

Dakwah merupakan sebuah aktifitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah Islam dapat tersebar dan diterima oleh seluruh umat manusia. Dalam kehidupan bermasyarakat, dakwah memiliki fungsi untuk menata kehidupan yang agamis dalam menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia dunia akhirat. Ajaran Islam yang disiarkan atau disebarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan seluruh umat manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang membawa pada sifat kehancuran itu sendiri.

Salah satu sebagai misi *rahmatan lil' alamin* yang diajarkan dalam Islam ialah berdakwah di jalan Allah mengajak umat manusia dengan bijaksana serta dengan cara yang baik dan benar. Hal ini sesuai firman Allah dalam surat An-Nahl/16: 125.

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*Artinya: Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan nasehat baik dan bertukar pikiran dengan cara yang lebih baik, sesungguhnya Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya, dan dialah yang mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.*

Pengertian dakwah sebagaimana yang dipahami dalam surat an-Nahl ayat 125 mempunyai makna yang universal dan mendalam, begitu juga dengan berbagai pengertian yang telah dibaca tentang definisi dakwah. Jelas bahwa dakwah merupakan misi atau tugas agama yang luhur dan mulia karena merupakan suatu upaya dan usaha dalam merubah umat manusia dari suatu kondisi yang kurang baik ke kondisi yang lebih baik.

Dalam berdakwah di jagat maya terdapat tantangan berat bagi pelaku dakwah. Ia tidak sesederhana menikmatinya ketika media telah menjadi barang rumah tangga biasa, tetapi sekaligus menjadi tantangan tersendiri kreativitas pelaku dakwah. Dakwah tidak lagi dilakukan hanya melalui pendekatan-pendekatan konvensional dengan mengandalkan media lisan dari mimbar ke mimbar, tetapi membutuhkan proses rekayasa teknologi yang dapat membuka ruang interaksi yang lebih leluasa.

Secara sosiologis, penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan itu dapat mengubah berbagai ragam interaksi masyarakat secara signifikan. Masyarakat dakwah kini bukan saja

mereka yang berada di depan mata ataupun diatas mimbar saja, melainkan juga mereka yang secara bersama-sama ada diruang dunia maya. Media telah membawa individu memasuki ruang yang memungkinkan saling berinteraksi. Contohnya internet, yang kini telah membentuk ruang maya tempat saling menyapa secara interaktif yang kemudian kita kenal dengan istilah cyberspace.

Pengaruh teknologi pada zaman modern ini sangat berpengaruh semua kalangan baik itu kalangan anak-anak, remaja, orang dewasa, maupun orang tua begitu halnya pada bidang komunikasi. Hal ini berarti bahwa teknologi sangat berperan penting dalam kehidupan manusia, terutama dalam hal pencarian informasi-informasi serta memungkinkan bagi pemakainya untuk berkomunikasi secara cepat dan aman.

Salah satu wujud perkembangan yang modern teknologi informasi dan komunikasi tersebut adalah Media Sosial Instagram. Melalui Instagram, orang bisa mengenal satu sama lain lebih jauh, hanya dengan melihat profil, teman – teman, aktivitas, dan juga melalui foto yang mereka tampilkan. Instagram merupakan cerminan kepribadian dari si pemilik account dengan adanya aplikasi – aplikasi yang banyak dan unik, sehingga bisa dikatakan Instagram sebagai identity play. Saat ini Instagram begitu populer. Melalui Instagram, seseorang bisa menandakan eksistensi dirinya di dunia maya. Ia dapat menampilkan aktivitas dan suasana hatinya. Eksistensi diri yang dilakukan pengguna Instagram melalui update status maupun pengunggahan foto-foto pribadi jika diperhatikan lebih dalam juga merupakan bagian dari aktivitas yang dilakukan pengguna Instagram untuk menampilkan dirinya di mata pengguna yang lain di Instagram.

Jika di hubungkan dengan dakwah, maka Instagram merupakan dakwah bit-Tadwin atau bi al-Qalam yakni dakwah yang melalui tulisan. Dakwah bit- Tadwin ini biasanya menerbitkan buku, kitab-kitab, majalah, internet, koran dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah yang sangat penting dan efektif.

Memasuki zaman global seperti saat sekarang ini, pola dakwah bit attadwin (dakwah melalui tulisan) baik dengan menerbitkan kitab-kitab, majalah, internet, koran, dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif. Keuntungan lain dari dakwah model ini tidak menjadi musnah meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat. Menyangkut dakwah bit-Tadwin ini Rasulullah bersabda, "Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada"

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video online. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto Instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Dengan terkenalnya aplikasi media sosial Instagram menjadikan sebuah peluang yang besar untuk digunakan sebagai media yang dapat melakukan aktivitas penyebaran suatu informasi secara online. Menurut Atmokotahun 2017, setelah menjadi sebuah platform social media yang banyak dikagumi oleh penggunannya, Instagram memungkinkan para pengguna untuk melakukan aktivitas saling berbagi informasi berbasis online untuk para pengguna, dapat melakukan aktivitas promosi dengan share foto-foto yang berkaitan dengan informasi ataupun yang lainnya.

Mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam menyebarkan nilai-nilai agama melalui media sosial, khususnya Instagram. Namun, sebelum mereka dapat efektif dalam menggunakan platform ini untuk dakwah, pemahaman mereka terhadap Instagram perlu diperhatikan.

Pemahaman mahasiswa terhadap Instagram sebagai alat dakwah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk latar belakang pendidikan, pengalaman pribadi, dan persepsi mereka, ketertarikan atau minat mereka terhadap media sosial dalam. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menggali pemahaman mahasiswa terhadap Instagram serta bagaimana mereka memandang peran platform ini dalam konteks dakwah Islam.

minat ini merupakan perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat ini merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Contohnya seperti, minat terhadap pelajaran, olahraga, atau juga hobi. Minat memiliki sifat pribadi (individual). Artinya, tiap-tiap orang memiliki minat yang dapat saja berbeda dengan minat orang lain. Minat tersebut berhubungan erat dengan motivasi seseorang, sesuatu yang dipelajari. dan juga dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, serta juga mode yang sedang trend, bukan bawaan sejak lahir. Faktor yang mempengaruhi munculnya minat seseorang tergantung pada kebutuhan fisik, sosial, emosi, dan juga pengalaman. Minat diawali oleh perasaan senang dan juga sikap positif.

Melihat fenomena ini, dimana zaman sekarang atau dibilang zaman now bisa dikatakan zamannya Penelitian ini mengeksplorasi minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam dalam menggunakan instagram sebagai media untuk melakukan dakwah. Jumlah responden sebanyak 52 mahasiswa yang memiliki akun media sosial instagram dan diambil secara merata dari semester 5 dan semester 7, pemilihan responden tersebut diambil karena mahasiswa semester 5 dan semester 7 sudah melakukan pembelajaran mata kuliah media dakwah online.

Berdasarkan pengamatan dan observasi yang telah peneliti lakukan kepada mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam dengan menggunakan google form untuk melihat seberapa banyak mahasiswa yang memiliki akun instagram dan yang memanfaatkan akun tersebut sebagai media dalam melakukan kegiatan berdakwah di dapat hasil dari 52 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan presentase 100% atau seluruh mahasiswa memiliki akun instagram, dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang aktif dalam menggunakan instagram di dapat hasil 100% atau seluruh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam aktif menggunakan instagram setiap harinya, selanjutnya dari 52 mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam hanya 10 orang yang sudah melakukan dakwah menggunakan instagram atau dengan presentase 19,2% dari 52 orang tersebut.

## **METODE**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Dimana penelitian ini memilih pada analisis kuantitatif. Sugiyono menyatakan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data untuk mengetahui Minat Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Melakukan Dakwah Menggunakan Instagram. Setelah itu data yang terkumpul di olah menggunakan program *SPSSStatistic Version 22.0*.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **a. Data Penelitian**

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam semester 5 dan semester 7 dengan Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 52 orang yang berada di Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Berdasarkan tabel 1 dibawah dapat dilihat bahwa dari jumlah Kuesioner yang diterima dan dapat digunakan berjumlah 52Kuesioner (100%), kuesioner yang tidak dapat digunakan berjumlah 0 kuesioner (0%).

**Tabel 1**  
**Rincian Penerimaan Kuesioner**

Keterangan	Jumlah	Persentase%
Jumlah Kuesioner yang diterima	52	100%
Jumlah Kuesioner yang tidak dapat digunakan	0	0%
Kuesioner yang dapat digunakan	52	100%
<i>Sumber : Data diolah, 2024</i>		

**b. Uji Validitas**

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**

Pernyataan	Sig	Kriteria
P1	0.000	Valid
P2	0.000	Valid
P3	0.000	Valid
P4	0.000	Valid
P5	0.000	Valid
P6	0.000	Valid
P7	0.000	Valid
P8	0.000	Valid
P9	0.000	Valid
P10	0.000	Valid
P11	0.000	Valid
P12	0.000	Valid
P13	0.000	Valid
P14	0.000	Valid
P15	0.000	Valid
P16	0.000	Valid
P17	0.000	Valid
P18	0.000	Valid

Dari hasil uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 22.0 menunjukkan bahwa koefisien korelasi *pearson moment* untuk setiap item butir pernyataan dengan skor total minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam, dan melakukan dakwah menggunakan instagram, didapatkan hasil nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat di interpretasikan bahwa setiap item indikator instrument pertanyaan untuk mengukur data tersebut valid.

### c. Uji Reliabelitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabelitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam	0.954	Reliabel

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji One Shot, artinya satu kali pengukuran saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lainnya atau dengan kata lain mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) untuk minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam adalah lebih besar dari 0,60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item-item instrumen untuk minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam adalah reliabel.

### d. Uji Statistic Persentase

**Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden**  
**Minat Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dalam**  
**Melakukan Dakwah Menggunakan Instagram**

Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam memiliki akun instagram	14	22	12	4	0
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam aktif menggunakan instagram	15	20	15	2	0
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam paham dengan fitur-fitur yang ada di instagram	11	26	14	1	0
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam membuka instagram lebih dari 5 kali dalam 1 hari	8	31	10	3	0
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam sering mengakses konten dakwah diinstagram	4	33	11	4	0
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam sering mengupload konten dakwah diinstagram	13	25	11	3	0
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam mengupload konten dakwah lebih dari 3 kali dalam 1 hari	13	25	10	4	0
Dakwah diinstagram efektif untuk di era digital sekarang ini	6	32	9	5	0
melaksanakan kegiatan dakwah diinstagram untuk merealisasikan ilmu pengetahuan yang saya dapat diperoleh di komunikasi dan penyiaran Islam	11	31	9	1	0
melakukan aktivitas berdakwah di instagram agar bakat dan kemampuan saya selalu terlatih dengan persentase	15	26	9	2	0
melakukan dakwah di instagram untuk mengisi waktu luang saya	11	28	10	3	0
melakukan aktivitas berdakwah di instagram untuk mengembangkan bakat	16	28	7	1	0

yang saya miliki					
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam merasa senang dapat melakukan dakwah di Instagram	14	23	12	3	0
Fitur yang memadai diinstagram sangat diperlukan untuk rutin melakukan aktivitas berdakwah	15	21	15	1	0
mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam merasa rugi jika tidak memanfaatkan fitur-fitur yang ada diinstagram untuk melakukan aktivitas berdakwah	11	26	14	1	0
Dengan melakukan aktivitas berdakwah di Instagram saya dapat bersosialisasi dengan orang lain melalui online	8	31	10	3	0
Dengan melakukan aktivitas berdakwah diinstagram merupakan cara terbaik untuk belajar banyak hal yang berguna bagi kehidupan sekarang dan seterusnya	5	32	11	4	0
Dengan melakukan dakwah rutin diinstagram saya dapat aktif dalam kegiatan sosial di masyarakat via online melalui Instagram	14	24	11	2	0
Rata-rata	21,8	51,8	21,4	5,03	0

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan statistic presentase, di dapatkan hasil minat Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam yang berminat untuk Melakukan Dakwah Menggunakan Instagram sangat tinggi, hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah peneliti rumuskan dan sejalan dengan tujuan dari penelitian ini yaitu Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram. Minat mahasiswa yang ingin melakukan dakwah menggunakan instagram sangat tinggi. Hal tersebut dibuktikan dari presentase jawaban responden yang menjawab “setuju”, sangatlah tinggi yaitu sebesar 51,8%. Berdasarkan hasil tersebut berbanding terbalik dari hasil observasi awal yang di lakukan peneliti yaitu masih sangat rendahnya minat mahasiswa dalam melakukan dakwah menggunakan instagram, hal tersebut dikarenakan pada saat peneliti melakukan observasi pada saat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam semester 5 baru memasuki perkuliahan untuk belajar matakuliah media dakwah online, yaitu jarak dari peneliti observasi dan penyebaran angket yaitu 5 bulan. Setelah peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dan menyebar kuisisioner kepada responden dan di dapati hasil setelah data-data dari responden tersebut di olah maka terjadinya peningkatan minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram, yaitu pada saat observasi mahasiswa yang sudah melakukan dakwah menggunakan instagram hanya 10 orang atau dengan persentase 19,2% dan setelah peneliti melakukan penelitian dan mengumpulkan data melalui kuisisioner dan di olah menggunakan SPSS versi 22.0 minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah dengan menggunakan instagram meningkat menjadi 51,8%.

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram. Minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah

menggunakan instagram banyak yang menjawab setuju dan berdasarkan persentase kategori “setuju” sebesar 51,8%, “sangat setuju” sebesar 21,8%, “netral” sebesar 21,4%, “tidak setuju” sebesar 5,03% ,dan “sangat tidak setuju” sebesar 0%. Berdasarkan nilai presentase diatas dapat di simpulkan bahwa minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram meningkat 51,8% yang pada saat observasi hanya 19,2% dan berada pada kategori “sangat tinggi” dilihat dari persentase jawaban responden.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diperoleh dari 52 orang mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dapat disimpulkan berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, bahwa minat mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam dalam melakukan dakwah menggunakan instagram meningkat sangat tinggi.

Mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam menunjukkan minat yang tinggi dalam menggunakan Instagram sebagai sarana dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran yang signifikan dalam menyebarkan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat luas.

Dengan melakukan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa instagram merupakan platform yang sering mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam gunakan untuk melakukan dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmad Warson al-Munawwir, al-Munawwir, Jakarta: Pustaka Progresif, 1997, Cet. Ke-14.  
 Ahmadi, Abu, Psikologi Umum, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).  
 Al-Quran Surat Ali-Imran/3: 110. Al-Quran dan Terjemahan. Cetakan ke 7: Al-Mizan Publishing House, h.69  
 Al-Quran Surat surat An-Nahl/16: 125. Al-Quran dan Terjemahan. Cetakan ke 7: Al-Mizan Publishing House, h.127  
 Bambang Prasetyo, Metode Penelitian kuantitatif, (Jakarta: Raja Grafindo Persada Cet V, 2010).  
 Djamarah, Syaiful Bahri, Psikologi Belajar, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2015)  
 Geofakta Razali dan kawan kawan, *Ilmu Komunikasi Dan Informasi & Transaksi Elektronik* (bandung: penerbit media sains indonesia, 2022) cet.-2  
 Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h.263  
 Imam Dailami, Komunikasi Secara Bi Al-Hikmah Dalam Al-Qur'an, Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam, 2019, h.24  
 Lois Ma'luf, Munjid al-Lughah wa A'lam (Beirut: Dari Fikr. 1986) h. 907, Ibnu Mandzur, Lisan al-Arab, jilid VI (Beirut: Dar Fikr, 1990).  
 Kartono. (1990). Psikologi Perkembangan Anak, Bandung : CV. Mandar  
 M. Masyhur Amin, Dakwah Islam dan Pesan Moral, (Yogyakarta: Al Amin Press, 1997), cet. Ke-1.  
 M. Ridwan, Pengaruh Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan M. Munir, Metode Dakwah, (Jakarta: Prenada media, 2003), cet. Ke-1.  
 Moh Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2009).  
 Nasarudin Latif, Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah, (Jakarta: Firma Dara, tt). Notoatmodjo. S, Metodologi Penelitian Kesehatan. (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).  
 Puguh, Suharso. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis. Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Indeks  
 Rachmat Kriyanto, Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006), h. 143.  
 Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2013).  
 Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).  
 Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung



S. Martono, Pengaruh Ketidakamanan Kerja, Komitmen Organisasional dan Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Utami, *Pengertian Minat*, (2002).

Warbi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), cet. Ke-1.

#### **Jurnal**

Ardianto S & Agus Yudiawan, Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @pemudahijrah Terhadap Perilaku Sosial Pada Remaja. *Jurnal dakwah dan komuniaksi* Vol. 1, No. 1, Desember 2021

I Nyoman Jampel, & kawan kawan, *Komunikasi Massa*, *Jurnal komuniaksi*, Vol. 2, No. 1, November 2016. Hal.3

M. Ridwan, Pengaruh Dakwah Di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa, *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, Vol.15 No. 2 Juli - Desember 2019

Muhammad Habibi, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial*, *Jurnal Dakwah*, Volume 12, Nomor 1, Tahun 2018

S. Martono, *Kepercayaan Organisasional Terhadap Keinginan Berpindah*, *Management Analysis Journal*, Vol.5, No. 1, 2016

Usamah Jundu Rohman, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Efektivitas Pesan Dakwah Pada Majelis Mulazamah Mahasiswa Mush'ab Bin Umair Di Surakarta Tahun 2022, *jurnal inovasi pendidikan*, Vol.3 No.3 agustus 2022

Winda Kustiawan & kawan kawan, *komunikasi massa*, *Journal Analytica Islamica*: Vol. 11 No. 1 Januari - Juni 2022, h.2

#### **Internet**

<http://www.anneahira.com/pengertian-Instagram.htm>, di akses tanggal 12 November 2023

<http://caturariadie.com/ilmu-komunikasi/media-nirmassa-sebagaimedia-informasi-cyber-community.html>. diakses tanggal 11 November 2023

<http://www.ulilalbab.com/2011/05/dakwah-dengan-teladanamalperbuatan.html>. di aksestanggal 13 november 2023

<https://tribatanews.kepri.polri.go.id/2019/12/22/media-massa-pengertian-karakter-jenis-dan-fungsi/>, diakses pada tanggal 01 desember 2023

<https://toba.ai/blog/6-fitur-instagram-populer-yang-kamu-harus-tahu/>, diakses pada tanggal 02 desember 2023