

At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam

IAIN Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i2.10023>

Vol. 8 No. 2, 2021

<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

## **Media Sosial sebagai Sarana Belajar dan Motivasi ke-Islaman bagi Mahasiswa di Kota Bengkulu**

**Susri Adeni, Anis Endang**

*Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia, Universitas Dehasen Bengkulu, Bengkulu, Indonesia*

*susriadeni@gmail.com, anisendangsm@gmail.com*

### Abstrak

Kemudahan dalam memahami materi dakwah yang disampaikan dalam bahasa yang ringan dan tidak membuat merasa “digurui” melalui media sosial membuat generasi-Z seperti mahasiswa memilihnya sebagai media untuk belajar dan memotivasi diri dalam ke-Islaman. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemanfaatan Instagram oleh mahasiswa di Kota Bengkulu khususnya mahasiswa Universitas Dehasen dalam kaitannya dengan belajar dan motivasi ke-Islaman. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan data primer diperoleh melalui wawancara mendalam. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Dehasen yang dijaring melalui teknik *snowball* untuk mencari informan yang mengikuti akun Instagram da’i/ustad dan akun yang bertemakan ke-Islaman. Setelah mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian dan dilakukan reduksi data dan adanya data jenuh, maka informan dalam penelitian ini berjumlah 11 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tampilan audio visual yg berdurasi pendek, padat, dan “enak” didengar tidak hanya membuat informan tertarik, namun juga “mengena” di hati informan. Kemudian setelah mengakses akun Instagram yang mereka ikuti secara rutin, informan mengaku mengalami perubahan seperti menjadi pribadi yang lebih baik dan sabar, bisa bersikap lebih dewasa dalam mengambil keputusan dan sikap, dan mengubah pola pikir mengenai dunia.

Kata kunci: Instagram, Islam, mahasiswa Unived, media sosial, motivasi

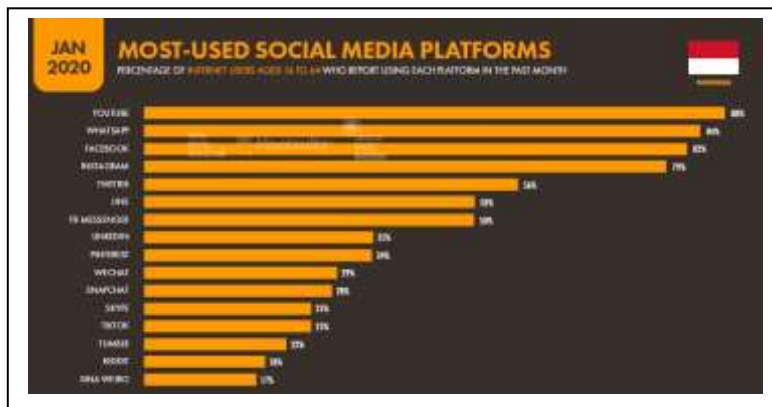
### Abstract

The ease of understanding da'wah material delivered in light language and not making you feel "taught" through social media makes Z-generations like students choose it as a medium to learn and motivate themselves in Islam. This study was conducted to determine the use of Instagram by students in Bengkulu City, especially Dehasen University students in relation to Islamic learning and motivation. This research is a descriptive qualitative research with primary data obtained through in-depth interviews. The informants in this study were Dehasen University students who were captured through the snowball technique to find informants who followed the dai'/ustad's Instagram account and Islamic-themed accounts. After getting the results in accordance with the research objectives and data reduction and the presence of saturated data, the informants in this study amounted to 11 people. The results showed that the short, dense, and "pleasant" audio-visual display did not only make the informants interested, but also "hit" the hearts of the informants. Then after accessing the Instagram account that they follow regularly, the informants admitted to experiencing changes such as becoming a better and patient person, being able to be more mature in making decisions and attitudes, and changing their mindset about the world.

Keywords: Instagram, Islam, unived's student, social media, motivation

### Pendahuluan

Pengguna media sosial di Indonesia terus bertambah dengan pesat. Data menunjukkan bahwa dari 272,2 juta total populasi di Indonesia, sebanyak 175,4 juta adalah pengguna internet (64% penetrasi) dan 160 juta adalah pengguna media sosial yang aktif (Hootsuite, 2020). Tingginya pengguna internet dan media sosial di Indonesia memperlihatkan bahwa masyarakat lebih memanfaatkan internet dan media sosial dalam mencari berbagai hal yang menarik menurut para pengguna. Lebih lanjut, data juga menunjukkan bahwa sebanyak 99% dari populasi di Indonesia aktif menggunakan media



sosial melalui *smartphone* (Hootsuite, 2020). Adapun media sosial yang banyak digunakan dalam rentang usia 16 sampai 66 tahun ada sebagai berikut:

Gambar 1 Media sosial yang banyak digunakan (Hootsuite, 2020)

Dari gambar tersebut terlihat bahwa media sosial yang paling banyak digunakan adalah YouTube (88%), Whatsapp (84%), Facebook (82%), dan Instagram (79%) serta diikuti oleh media sosial lainnya.

Media sosial sendiri diartikan “sebagai hasil karya teknologi komunikasi dan informasi menjadi “orang asing” yang akibat globalisasi telah menjadi begitu leluasa hadir di tengah-tengah keluarga, mengajari penggunaannya apa saja setiap saat, mengubah pola hidup, mendatangkan kebiasaan-kebiasaan baru, bahkan dikatakan bahwa kebutuhan akan teknologi sebagai bentuk orang hipnotis canggih yang mampu mengubah perilaku dan cara mereka berkomunikasi dengan orang lain” (Bekti dalam Ibdalsyah, et all. 2019). Terlihat bahwa media sosial datang dan hadir ditengah-tengah masyarakat yang mampu merubah pola komunikasi dan interaksi masyarakat satu dengan yang lainnya. Media sosial juga memberikan ruang tersendiri bagi penggunaannya dimana pengguna dapat menuangkan apa yang menjadi pikiran dan perasaan mereka, membagikan foto dan informasi kepada orang lain yang mereka kenal atau bahkan tidak kenal. Media sosial juga menjadi sarana mencari informasi yang dibutuhkan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam menunjang aktivitas bagi sebagian dan bahkan banyak orang. Penelitian dari Zazin N dan Zaim M (2020) mengenai media pembelajaran agama Islam berbasis media sosial pada generasi-Z memperlihatkan bahwa media sosial merupakan media pembelajaran agama Islam yang relevan dalam mendidik generasi-Z. Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran dan pengawasan peserta didik adalah langkah yang tepat mengingat generasi-Z ini notabennya sangat akrab dengan sosial media, bahkan porsi dunia maya mereka terkadang lebih besar daripada porsi dunia nyata mereka.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari N. di tahun 2018 mengenai pemanfaatan facebook sebagai media belajar pendidikan agama memperlihatkan bahwa media sosial facebook dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam pembelajaran agama Islam dengan menggabungkan pembelajaran tatap muka di kelas dan luar kelas dengan menggunakan facebook melalui fitur group yang ada.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Deslima Y.D. (2020) dengan judul pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung memperlihatkan hasil bahwa instagram dianggap cukup efektif dan memberikan banyak manfaat dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial bagi kalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan bahwa media sosial dianggap komunikatif dan efektif bagi kaum milenial dalam berdakwah.

Penelitian yang diuraikan di atas memperlihatkan bahwa media sosial berperan dalam memberikan informasi bahkan sebagai sarana belajar dan meningkatkan pengetahuan bagi banyak orang. Dapat dikatakan bahwa media sosial menjadi salah satu sumber bagi masyarakat untuk mencari berbagai jenis informasi, mulai dari berita aktual, hiburan, hingga belajar dan motivasi tentang agama, seperti halnya agama Islam. Beberapa penelitian tersebut memperlihatkan bahwa dakwah ke-Islaman dapat dilakukan melalui media sosial baik bagi pendakwahnya maupun masyarakat awan yang ingin belajar tentang Islam melalui media sosial.

Demikian juga dengan mahasiswa yang ada di kota Bengkulu terumata mahasiswa pada Universitas Dehasen (Unived) Bengkulu. Banyak mahasiswa menggunakan instagram bukan hanya untuk mencari informasi atau mem-*posting* foto-foto yang bersifat pribadi atau kegiatan lainnya tetapi juga untuk belajar dan memotivasi diri mereka tentang Islam. Pra-survey (Januari 2021) yang dilakukan oleh peneliti memperlihatkan bahwa banyak mahasiswa Unived mengikuti banyak akun instagram **para da'i atau ustad yang terkenal seperti Hanan Ataki, Yusuf Mansyur, Ustad Abdul Somad, Syeikh Ali Jaber, Ustad Adi Hidayat, dan lain sebagainya** untuk belajar dan memotivasi dirinya dalam ke-Islaman. Alasannya adalah kemudahan memahami apa yang disampaikan oleh ustad dengan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti sehingga **mahasiswa merasa tidak "digurui" dalam mendapatkan informasi tentang Islam dari ustad atau da'i tersebut.**

Fenomena inilah yang menjadi menarik bagi peneliti untuk mengetahui lebih lanjut seperti apa media sosial dapat memberikan motivasi ke-Islaman bagi mahasiswa di Unived Bengkulu. Sehingga yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah (1) bagaimana mahasiswa di Kota Bengkulu memanfaatkan instagram untuk mendapatkan informasi mengenai Islam?; (2) sejauh apa instagram dapat membantu mahasiswa dalam belajar dan motivasi ke-Islaman mereka?; (3) bagaimana perubahan yang mahasiswa rasakan dan alami setelah mengikuti instagram yang bertemakan Islam?

Pada dasarnya memang telah banyak penelitian-penelitian dengan tema serupa namun tidak menutup kemungkinan untuk melakukan pendalaman terhadap tema dengan lingkup penelitian yang berbeda lokasi dan budayanya. Sehingga hal ini menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial dimanfaatkan dan sebagai sarana belajar dan motivasi ke-Islaman bagi mahasiswa Unived Bengkulu.

### *Metode*

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dimana peneliti menggambarkan fenomena dan realitas mengenai judul yang diteliti. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini, dimana data primer didapatkan langsung dari informan penelitian dengan melakukan wawancara secara mendalam. Sementara itu data sekunder diperoleh dari berbagai artikel yang berhubungan dengan tema penelitian dan bahan-bahan bacaan lainnya yang relevan. Data diolah secara kualitatif dengan tahapan pengumpulan data, klasifikasi data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Adapun informan penelitian adalah mahasiswa Universitas Dehasen (Unived) Bengkulu yang dijaring melalui teknik *snowball*. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti untuk mengetahui siapa saja teman dari **informan yang mengikuti akun instagram para da'i atau ustad serta akun lainnya yang bertemakan Islam**. Setelah mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian dan dilakukan reduksi data dan adanya data jenuh, maka jumlah informan dalam penelitian ini adalah 11 orang yang mewakili dari banyak mahasiswanya Unived. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dilakukan triangulasi data antara lain dengan triangulasi metode, sumber data dan teori.

### *Kajian Teori*

Berkembangnya internet dan terutama media sosial tidak dapat dipungkiri lagi. Adanya *global village* yang menjadi prediksi para ahli menjadi kenyataan. Orang-orang saling terhubung dan kethubungan melalui internet terutama media sosial dari berbagai belahan dunia. Beragam jenis aplikasi media sosial yang ada dan bermunculan saat ini dari Youtube, Facebook, Instagram, Linkend, dan lain sebagainya. Kebutuhan akan bermedia sosial pun sangat tinggi. Merujuk seperti data awal yang tergambarkan bahwa di Indonesia hampir 99% masyarakat menggunakan *smartphone*, artinya hampir 99% terkoneksi dengan internet. Tingginya kenaikan pengguna *smartphone* tiap tahunnya

menunjukkan bahwa masyarakat beralih dan lebih memilih menggunakan *new media* dibandingkan *old media*. Hal ini menarik karena interaksi dan komunikasi masyarakat pun mengalami perubahan. Demikian juga dengan cara mencari informasi dan belajar. Media sosial pun menjadi sarana yang dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi dan belajar. Media sosial pun juga menjadi salah satu media dakwah.

### *Media Sosial sebagai Media Dakwah*

Banyak hal yang dapat dilakukan dalam berdakwah, salah satunya dengan memanfaatkan media yang ada yaitu media sosial. Animo masyarakat dalam menggunakan media sosial dapat dilihat sebagai salah satu sisi positif bagi para pendakwah agar juga memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi tentang Islam. Sejalan dengan era revolusi 4.0, maka nilai-nilai Islam akan mudah diterima dengan menggunakan media dakwah seperti halnya media sosial. Menurut Shoelhi (2015 dalam Hafsah, 2018) media sosial adalah “sesuatu yang ditopang oleh internet ini sangat penting bagi kehidupan umat manusia masa kini karena ia mempromosikan kondisi interkoneksi dari masyarakat secara kebudayaan berbeda-beda.” Adanya media sosial memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi dan terlibat dalam arus informasi yang mudah diakses melalui jaringan internet. Pengguna internet dan media sosial makin populer di mana-mana dan komunikasi yang terjadi dalam konteks online memajukan dialog interaktif yang mampu membangun saling pengertian antara kebudayaan yang berbeda di tengah masyarakat internasional (Hafsah, 2018). Internet yang dirasa memberikan efek ringkas dalam hal ruang dan waktu, sehingga pendakwah dapat mengaktualisasikan dakwahnya dengan menggunakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat (Wibowo, 2019).

Kata media berasal dari bahasa Latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramn mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya.

Dakwah sendiri menurut K.H. M. Isa Anshari, yaitu menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia, agar menerima dan mempercayai keyakinan dan hidup Islam (Sixmansyah, 2014 dalam Dinillah & Kurnia, 2019). Sementara itu, Muhammad Nasir (dalam Sumadi, 2016) mengatakan bahwa dakwah sebagai usaha-

usaha menyerukan dan menyampaikan konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan **hidup manusia di dunia, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai** macam media kepada perorangan manusia maupun kepada seluruh umat. Thoha Yahya Umar (dalam Sumadi, 2016) menggarisbawahi bahwa dakwah itu upaya mengajak bukan sekedar menyeru dan menyuruh. Secara lebih jelas, ia mendefinisikan dakwah sebagai usaha mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Senada dengan Umar, M. Arifin menyampaikan penjelasan yang jauh lebih rinci bahwa dakwah memiliki arti sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan terhadap ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan (Wibowo, 2016).

Dari pengertian para ahli tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwa yang dilakukan adalah mengajak umat manusia untuk melakukan kebaikan dan kebajikan baik secara individu maupun kelompok tanpa adanya unsur-unsur paksaan. Untuk memperlancar dakwah **yang dilakukan, maka di zaman modern ini biasanya da'i juga** menggunakan media, seperti media sosial.

Sementara itu, dalam bahasa Arab, media atau wasilah yang bisa berarti *al-wushlah, at attishad* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan terciptannya kepada sesuatu yang dimaksud (Enjang 2009 dalam Aminudin, 2017). Sehingga media (*wasilah*) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (Moh. Ali Aziz 2004 dalam Aminudin, 2017). Media dakwah menurut Wibowo (2019) adalah “sarana yang digunakan oleh para pendakwah dalam menyampaikan pesan-pesan yang akan diberikan.” Sarana ini dapat berupa audia ataupun audio-visual, dan pada saat sekarang banyak pendakwah yang telah memanfaatkan media sosial dan jejaring lainnya.

Dari beberapa pendapat di atas, media dakwah yaitu segala sesuatu yang digunakan atau menjadi penunjang dalam berlansungnya pesan dari komunikator (*da'i*) kepada khalayak. Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat menjadi penunjang/alat dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide (pesan) dari komunikator (*da'i*) kepada komunikan (khalayak).

Dakwah yang dahulunya dilakukan dalam sebuah forum tatap muka, dari mimbar ke mimbar, sekarang telah berganti dengan memanfaatkan media sosial sehingga pendakwah menjadi lebih kreatif dengan visualisasi dan audio. Hal ini juga dirasakan lebih mudah diakses oleh masyarakat, dimana masyarakat atau perorangan tidak perlu hadir dengan kendala ruang, waktu dan jarak untuk mendengarkan atau mengikuti sebuah kajian dari pendakwah yang mereka minati dan berada jauh dari mereka. Adanya media khususnya media sosial dapat membantu masyarakat atau perorangan untuk mengikuti atau mendengarkan apa yang disampaikan pendakwah. Media sosial digunakan sebagai media dakwah dikarenakan mampu menampilkan video atau foto dengan jelas sehingga tidak membuat bosan bagi penggunanya.

### *Motivasi Belajar*

Melakukan kegiatan belajar dan mengajar, biasanya aka nada motivasi belajar. Motivasi belajar menurut Sadirman (1986 dalam Riadi, 2013) adalah keseluruhan daya penggerak dalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar, yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar dan memberikan arah kegiatan belajar, sehingga tujuan yang dikehendaki oleh subyek belajar itu dapat tercapai. Pada dasarnya banyak pendapat ahli mengenai motivasi belajar; yang menjadi hal penting dari kesemua pendapat ahli adalah motivasi belajar diperlukan agar tujuan pembelajaran yang ingin dicapai dapat terwujud. Sardiman (2011 dalam Hafsah, 2018) motivasi belajar adalah merupakan faktor psikis yang bersifat non-intelektual. Peranannya yang khas adalah dalam hal penumbuhan yang gairah, merasa senang dan semangat untuk belajar. Siswa yang memiliki motivasi kuat, akan mempunyai banyak energi untuk melakukan kegiatan belajar. Sementara itu, menurut Munadi (2013 dalam Hafsah, 2018) mengatakan bahwa dalam konsep pembelajaran, motivasi berarti seni mendorong siswa untuk terdorong melakukan kegiatan belajar sehingga tujuan pembelajaran tercapai. Dengan demikian, motivasi merupakan usaha dari pihak luar dalam hal ini adalah guru untuk mendorong, mengaktifkan dan menggerakkan siswanya secara sadar untuk terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran.



Dari penjelasan tersebut di atas, motivasi belajar adalah proses pembelajaran yang memberikan semangat, arah dan kegigihan perilaku. Diharapkan dengan motivasi belajar yang tinggi, maka apa yang diharapkan atau tujuan belajar dapat terwujud.

Tujuan dari motivasi belajar menurut Nasution (1982 dalam Riadi, 2013) adalah (1) mendorong manusia untuk berbuat; (2) menentukan arah perbuatan; (3) menyeleksi perbuatan yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan. Adanya tujuan motivasi merupakan sebuah dorongan dalam diri yang mampu meningkatkan minat untuk melakukan sesuatu. Sehingga dengan adanya motivasi maka akan terdorong melakukan sebuah pekerjaan dengan baik. Motivasi ini ada yang dari diri sendiri (internal) dan ada yang dipengaruhi oleh faktor dari luar (eksternal). Biasanya jika pada usia dewasa, persentase motivasi yang ada pada diri sendiri (internal) lebih dominan dibandingkan dengan dari luar (Sahid, 2020).

## **Pembahasan**

Media sosial Instagram menduduki peringkat ke-3 yang diminati setelah YouTube dan Facebook (Hootsuite, 2020). Hal ini dikarenakan Instagram merupakan media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat singkat, sehingga memungkinkan teknologi internet menjadi basis aktivitas dari media sosial tersebut (Arya, 2015 dalam Nugrahaini, 2020).

Indonesia termasuk dalam pengguna Instagram terbanyak. Pengguna di Indonesia mencapai 69,2 juta pengguna. Pengguna Instagram terbanyak dari usia 18 tahun hingga 34 tahun yang didominasi oleh golongan usia produktif (Mustafa, 2020 dalam Nugrahaini, 2020). Realitas juga menunjukkan banyak pengguna Instagram dari masyarakat awam hingga pendakwah atau da'i. Hal ini dikarenakan media sosial Instagram mampu menarik minat dengan ada *postingan* video singkat ataupun foto dengan tulisan dan kutipan yang bermuatan tentang Islam dan dapat dikirim dan diakses dalam waktu yang sangat cepat.

Informan penelitian merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Dehasen Bengkulu yang aktif dalam menggunakan internet dan mempunyai akun Instagram. Dari 60 informan yang terjaring dengan metode *snowball*, hampir semua informan mengakses internet dengan durasi waktu yang berbeda-beda dari 30 menit

sehari hingga hampir 24 jam. Berdasarkan data tersebut, maka peneliti mereduksi informan dengan melihat lamanya akses internet perhari. Dari 60 informan, ada 16 informan yang mengakses internet minimal 2 jam perhari. Kembali peneliti mereduksi informan dengan mengambil sebanyak 11 orang dikarenakan waktu mengakses internet lumayan lama dibanding yang lainnya yaitu minimal 3 jam perhari. Diambil 11 informan juga dikarenakan data yang sudah jenuh yaitu hampir memberikan jawaban yang serupa. Sehingga peneliti hanya berfokus pada 11 informan. Adapun data informan seperti Tabel 1.

Tabel 1 Data informan dalam mengakses internet perhari

No	Inisial	Usia (thn)	Jenis Kelamin	Lamanya mengakses internet perhari
1	RIS	21	Perempuan	Kurang lebih 10 jam
2	KDD	19	Perempuan	3-4 jam
3	PM	21	Perempuan	Hampir 24 jam
4	FF	20	Laki-laki	10 jam
5	MRF	19	Laki-laki	3 jam
6	IC	19	Laki-laki	4 jam
7	MFA	19	Laki-laki	3 jam
8	AR	18	Laki-laki	Minimal 3 jam
9	MAP	20	Perempuan	Minimal 3 jam
10	RDS	19	Perempuan	4 jam
11	MP	20	Laki-laki	5 jam

Tabel 1 memperlihatkan bahwa setengahnya informan adalah laki-laki dan lamanya jam untuk mengakses internet bervariasi mulai dari 3 jam hingga hampir 24 jam dengan rentang usia 18-21 tahun. Ke-11 informan ini tentu saja memiliki akun di Instagram dan mereka mengaku telah lama memiliki akun tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke-11 informan memiliki instagram tersebut juga mem-*follow* atau mengikuti instagram beberapa ustad yang terkenal seperti Hanan Ataki, Abdul Somad, Yusuf Mansyur, Syeikh Ali Jaber, Adi Hidayat dan lainnya serta akun instagram yang berisikan tentang informasi dan pembelajaran Islam seperti @sekolahmuslimahku, @islam\_berdakwah, @muslimah dan lainnya.

Dalam mengakses instagram, informan biasanya mengakses via *smartphone* mereka. Adapun tujuan mengakses instagram selain untuk mengetahui informasi dan belajar lebih dalam tentang Islam, informan juga mencari informasi lainnya seperti berita terkini, olahraga, fashion, komedi dan juga menjadi salah satu media untuk berkomunikasi dengan teman baik yang berada dalam wilayah yang sama maupun

berbeda lokasi, jarak, ruang dan waktu. Seperti yang diutarakan AR (laki-laki, 18thn) bahwa

*“Saya mengakses instagram hampir disetiap waktu kosong saya. Saya melihat postingan olahraga, fashion, komedi, berita terkini. Kadang instagram juga untuk berkomunikasi dengan teman lainnya”* (AR).

Terlihat bahwa AR selalu mengakses internet terutama media sosial instagramnya untuk memuaskan kebutuhan akan informasi dan komunikasinya. Demikian juga yang disampaikan oleh RDS (perempuan, 19thn) yang mengakses instagram paling tidak 4 jam perhari mengatakan bahwa dia mengakses instagram untuk mencari berita terkini/*update* dan berbagai motivasi bagi dirinya serta belajar tentang Islam.

Ketertarikan informan penelitian dalam hal belajar dan motivasi ke-Islaman melalui instagram, dikarenakan tampilan yang menarik dengan audio dan visual. Video yang berdurasi pendek namun singkat dan padat membuat para informan sering mengakses instagram tentang Islam atau ustad yang mereka minati. Selain itu, menurut para informan, saran yang diberikan dalam akun yang mereka ikuti sangat berguna selain dari suara da'i atau ustad yang **“enak” didengar dengan penyampaiannya bagus dan gaya bahasa yang digunakan sederhana, juga dikarenakan banyak memberikan inspirasi bagi para informan.** Hal lainnya yang membuat instagram menjadi menarik bagi para informan adalah cara berdakwah yang disampaikan secara singkat, padat dan jelas sehingga tidak membosankan sehingga informan merasa mengena dihati mereka. Informan lainnya mengataka bahwa dengan mengikuti akun yang bertemakan ke-Islaman ternyata membuka wawasan dan pemahaman mereka lebih dalam tentang Islam **diikuti dengan beberapa video yang “mengena” hati sehingga sangat menarik bagi informan.**

Hal tersebut di atas bila dilihat dari penjabaran mengenai media sosial pada bab sebelumnya, sejalan dengan kajian yang diberikan dari berbagai ahli. Kelebihan media sosial yang terkoneksi internet dengan audio-visual, membuat banyak orang merasa tertarik untuk terus terkoneksi dalam mencari berbagai macam dan jenis informasi yang dibutuhkan khalayak. Setiap orang pada dasarnya akan memilih media apa yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Sehubungan dengan motivasi belajar ke-Islaman, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman informan menjadi bertambah; seperti yang disampaikan oleh beberapa informan berikut bahwa mengatakan bahwa

*“Setelah saya mengikuti ig-nya ustadz, saya merasa menjadi anak muda yang lebih produktif daripada sebelumnya, hidup dan ibadah lebih tenang serta bersemangat dalam mengejar surga firdaus” (MF, laki-laki, 19thn).*

*“Ternyata Islam itu lebih indah dari yang kita bayangkan” (PM, perempuan 21thn).*

*“Insya Allah menjadi lebih baik, lumayan bertambah, yang sudah diketahui akan lebih paham sedangkan yang belum tahu menjadi tahu” (MP, laki-laki 20thn).*

Dari beberapa pendapat informan tersebut terlihat bahwa dengan mengikuti beberapa akun da'i atau ustad di instagram, membuat para informan belajar lebih banyak mengenai Islam. Sejalan dengan dengan penjelasan mengenai motivasi belajar bahwa dengan adanya perasaan senang akan suatu hal, memicu untuk lebih mengetahui dan belajar apa yang ingin diketahui lebih banyak dan detail. Dalam hal ini adalah mengenai ke-Islaman, dimana para informan merasa mereka membutuhkan untuk belajar lebih banyak dari berbagai sumber yang dapat dipercaya dan menurut mereka menarik. Sehingga pilihan para informan jatuh pada beberapa akun instagram para da'i atau ustad atau akun instagram tentang Islam itu sendiri.

Lebih lanjut, peneliti menelisik tentang perubahan yang dirasakan oleh informan setelah mengakses dan rutin mengikuti kajian yang disuguhkan oleh akun instagram pilihan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa informan merasa lebih sabar dan menjadi pribadi yang lebih baik (RIS perempuan 21thn, IC laki-laki 19thn, AR laki-laki 18thn dan RDS perempuan 19thn), bisa bersikap lebih dewasa dalam mengambil keputusan dan sikap (KDD, perempuan 19thn dan PM, perempuan 21thn). Sementara itu menurut pernyataan MFA (laki-laki, 19thn) bahwa

*“Perubahan yang saya rasakan adalah di mindset pola pikir saya yang berubah tentang persepsi saya tentang dunia saya sekarang merasakan ketika saya taat dan patuh kepada Allah seluruh rintangan, masalah dan apapun itu pasti akan terlewat dan Allah akan menyelesaikannya dan tujuan saya sekarang adalah surga firdaus” (MFA).*

Menarik dari pernyataan MFA, bahwa MFA merasa banyak mendapatkan pencerahan dengan mengikui akun da'i/ustad di instagram. MFA juga selalu rutin dalam belajar dan memotivasi dirinya untuk tahu lebih banyak tentang Islam, sehingga seperti teoritis motivasi belajar bahwa pada akhirnya akan tercapai apa yang ingin diwujudkan.

Seperti halnya MFA yang ingin belajar banyak tentang Islam yang pada akhirnya ingin mencapai tujuannya yaitu surge firdaus.

Diskusi dan penelitian mengenai media sosial khususnya instagram dan keterhubungannya dengan motivasi belajar memperlihatkan realitas bahwa informan tertarik untuk belajar dan mempunyai motivasi belajar yang tinggi dalam mencapai tujuan mereka. Instagram menjadi pilihan para informan selain media sosial lainnya seperti Facebook dan Youtube dikarenakan durasi video yang singkat sehingga isinya padat, singkat dan jelas dengan gaya bahasa yang mudah dipahami oleh para informan.

Media sosial dengan fungsinya seperti media lainnya yaitu memberikan informasi kepada khalayak, memberikan ruang kepada semua orang untuk dapat berkomunikasi dan berinteraksi kapan saja dan dimana saja tanpa kendala jarak dan waktu. Penggunaan media sosial yang meningkat dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa masyarakat semakin *aware* akan keberfungsian media. Hingga terciptalah *global village* seperti yang diramalkan oleh Marshall McLuhan, bahwasanya setiap orang akan terkoneksi satu dengan lainnya dari berbagai belahan dunia sehingga membentuk sebuah masyarakat global.

## Simpulan

Pemanfaatan media sosial Instagram yang telah mengalami perluasan dari fungsi dari hanya membagikan foto dan informasi pribadi menjadi media dakwah. Hal ini dirasakan menjadi langkah yang efektif untuk menjaring generasi-Z dalam belajar dan memahami tentang Islam lebih dalam. Generasi yang sangat akrab dengan sosial media ini menggemari konten audio visual yang dikemas dengan bahasa sederhana, ringan, padat, dan tidak membuat merasa “digurui”. Sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian ini, pengemasan konten dakwah ke-Islaman yang tepat dalam media yang familiar tak hanya berguna sebagai media belajar Islam, namun juga mampu membawa perubahan dalam mengubah pola pikir, sikap, dan perilaku generasi-Z.

## Daftar Pustaka

Aminudin. 2017. Facebook sebagai Media Dakwah. *AL-Munzir*, 10(1), 31-50.

- Deslima Y.D. (2020). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, 7(1), 21-41.
- Dinillah U, Kurnia A SF. 2019. Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Kaganga. Journal of Communication Science*. 1(1), 54-67.
- Hafsah S. 2018. Pengaruh Media Sosial terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Skripsi. Universitas Muhammadiyah Jakarta*.
- Hootsuite. 2020. We Are Social. Indonesian Digital Report 2020.
- Ibdalsyah, Muhyani, Mukhlis D.Z. (2019). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Kesadaran Beragama sebagai Akibat dari Pola Asuh Orang Tua dan Peran Guru di Sekolah. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(02), 397-416.
- Nugrahaini K D. 2020. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2016 Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga Tahun 2020. *Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Riadi M. 2013. Motivasi Belajar. <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/motivasi-belajar.html>, diakses pada 4 Februari 2021.
- Sahid H M. 2020. Pengaruh Media Sosial Whatsapp Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Di Kabupaten Bogor Wilayah Selatan. *JTEV (Jurnal Teknik Elektro Dan Vokasional)*, 6(2), 248-257.
- Sumadi. 2016. Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, 4(1), 172-190.
- Wibowo A. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339-356.
- Wulandari N. (2018). Pemanfaatan Sosial Facebook sebagai Media Belajar Pendidikan Agama untuk Meningkatkan Motivasi dan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Tarbiyatuna*, 3(1), 82-106.
- Zazin N & Zaim M. (2020). Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Media Sosial pada Generasi-Z. *Proceeding Antasari International Conference*. 534-563.