



## PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DAKWAH PADA KOMUNITAS *PROJECT* DAKWAH KECAMATAN MANGGALA KOTA MAKASSAR

Siti Nur Aisyah Asapa<sup>1</sup>, Dr. H. Muhammad Ishaq, S.Ag.,M.Ag<sup>2</sup>, Andi Hasriani, S.Ag.,M.Ag<sup>3</sup>, Dr. Hj. Nuraeni Abdullah, M.Ag<sup>4</sup>, Dr. Muh. Aidil Sudarmono R, S.Pd.I.,M.Pd.I<sup>5</sup>

Universitas Muslim Indonesia

[aisyahasapa2002@gmail.com](mailto:aisyahasapa2002@gmail.com)<sup>1</sup>, [mishaq@umi.ac.id](mailto:mishaq@umi.ac.id)<sup>2</sup>, [andi.hasriani@umi.ac.id](mailto:andi.hasriani@umi.ac.id)<sup>3</sup>,  
[nuraeni.abdullah@umi.ac.id](mailto:nuraeni.abdullah@umi.ac.id)<sup>4</sup>, [aidil.sudarmono@umi.ac.id](mailto:aidil.sudarmono@umi.ac.id)<sup>5</sup>

### Abstrak

Media sosial instagram adalah aplikasi populer yang digunakan untuk berbagi foto dan video gratis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai sarana komunikasi dakwah pada komunitas project dakwah, dan mengetahui dampak komunitas project dakwah dan followers pada pemanfaatan instagram sebagai sarana komunikasi dakwah. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan netnografi yaitu menggambarkan data yang dikumpul dengan mengamati akun instagram @projectdakwah. Adapun data yang didapatkan peneliti dari wawancara dengan team komunitas project dakwah dan followers akun @projectdakwah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instagram sangat bermanfaat dalam menyebarkan dakwah, dengan adanya fitur-fitur interaktif instagram seperti unggah foto atau video, judul foto (*caption*), *mentions*(@), *like*, komentar, followers, tagar (#), dm, dan promosi yang dapat membuat penyebaran dakwah menjadi lebih cepat dan efisien, dijangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Dampak positif instagram bagi komunitas project dakwah sebagai sarana dakwah sangat signifikan bagi masyarakat terutama generasi muda dengan mengadakan berbagai event, penyebaran informasi di instagram, menjadikan event dakwah dapat tersebar luas dan cepat. Bagi *followers* mudah mengakses informasi dakwah yang berkualitas, bisa belajar dan mendalami agama melalui konten yang disajikan komunitas *project* dakwah. Adapun dampak negatif bagi komunitas *project* dakwah, adanya distraksi dengan kehadiran konten-konten hiburan di instagram bisa mengalihkan perhatian dari konten dakwah. Bagi *followers*, adanya akun-akun yang mengedit bagian ceramah yang bisa menimbulkan spekulasi dari berbagai pihak.

### Sejarah Artikel

Submitted: 15 Juli 2024

Accepted: 18 Juli 2024

Published: 25 Juli 2024

### Kata Kunci

*instagram, komunikasi dakwah, dan komunitas project dakwah*

## 1. PENDAHULUAN

Komunikasi adalah suatu aktivitas manusia yang saling berinteraksi antara satu orang maupun lebih, konsep tentang komunikasi tidak hanya berkaitan dengan masalah cara berbicara efektif saja melainkan juga etika bicara. Dalam pandangan agama islam komunikasi memiliki etika, ketika melakukan komunikasi dengan seseorang maka orang dapat memahami apa yang disampaikan. Sebagaimana komunikasi adalah sesuatu biasa dan sederhana, sehingga memperhatikan bagaimana seharusnya berkomunikasi yang baik terhadap sesama manusia terutama terhadap keluarga, teman dan orang disekitar. Tanpa disadari bahwa komunikasi yang dilakukan telah membawa banyak manfaat, kebaikan dalam kehidupan. Dalam perspektif islam, komunikasi dipandang sebagai upaya untuk membangun hubungan secara vertikal dengan Allah Swt (*Hablumminallah*) dan juga untuk menjalin komunikasi secara horizontal yaitu hubungan dengan sesama manusia(*Hablumminnas*).

Dakwah sudah menjadi kewajiban bagi setiap umat muslim, dakwah tidak hanya tampil diatas podium, serta dalam bentuk ceramah ataupun pidato, namun dakwah mencakup segala aspek, baik itu dakwah yang dilakukan dengan perkataan, perbuatan ataupun dalam bentuk



contoh yang baik. Adapun aspek yang terkait dengandakwah adalah adanya *da'i*, *mad'u*, materi dan media. Keempat poin tersebut selalu berkaitan dan tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lainnya.

Media yang digunakan ada beberapa jenis, baik media cetak maupun elektronik, serta beberapa media lain, yang dapat dijadikan sebagai sarana penghubung antara *da'i* kepada *mad'u*. Media adalah sebuah alat yang mempunyai fungsi menyampaikan pesan. Jadi, substansi dari media merupakan bentuk saluran, yang digunakan untuk menyalurkan pesan, informasi atau materi dakwah kepada penerima pesan atau *mad'u* dapat dikatakan bahwa media dakwah adalah berbagai jenis komponen dalam dakwah yang membantu penyelenggaraan atau aktifitas dakwah.

Situasi ini dimanfaatkan oleh sebuah komunitas *project* dakwah dalam pemanfaatan instagram sebagai sarana dakwah dengan menyebar luaskan konten dakwah berupa poster event atau kajian yang selalu *terupdate* dengan tema berbeda-beda sehingga pengikutnya dapat belajar serta memahami Islam secara luas. Melalui event yang diadakan komunitas *project* dakwah ini sangat membantu masyarakat makassar, terutama kalangan anak muda yang sedang hijrah, dapat membangun karakteristik keagamaan yang kokoh, melalui event/ kajian dengan temayang menarik serta mengundang pemateri yang berbeda-beda, dengan *al-fashahah* (jelas) dalam penyampain dakwahnya, sehingga tujuan dakwah tersebut tersampaikan secara baik, mudah dipahami, serta dapat diterapkan dalam kehidupan.

## A. Hubungan Dengan Penelitian Sebelumnya

1. Skripsi yang ditulis oleh Yosieana Duli Deslima, 2018, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa KPI. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan, dengan mendatangi narasumber langsung kerumahnya atau menghampiri narasumber langsung di lapangan. Inti dari penelitian ini adalah cara mahasiswa komunikasi penyiaran Islam Universitas Raden Intan Lampung memanfaatkan instagram sebagai media yang digunakan mencari sumber informasi tentang dakwah. Kemudian sifat penelitan ini ada deskriptif yaitu dengan menggambarkan situasi kelompok tertentu. Hasil penelitian ini bahwa pemanfaatan instagram sangat eektif untuk menyebar luaskan pesan dakwah serta memanfaatkan media instagram sebagai wadah untuk berdakwah. Persamaan pada penelitian ini adalah sama sama meneliti tentang pemanfaatan instagram sebagai media dakwah dan menggunakan penelitian kualitatif, namun memiliki perbedaan yang terletak pada objek yang di teliti dan lokasi penelitian.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena sosial dari perspektif partisipan atau subjek penelitian. penelitian ini menekankan pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan interpretatif, melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Adapun penelitian, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci.



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Gambaran Umum Komunitas Project Dakwah



Penelitian ini bertempat pada akun instagram Komunitas *project* dakwah. Komunitas *project* dakwah berdiri pada tahun 2019, awal mula terbentuknya komunitas ini termotivasi dari bencana alam kota palu, yang kurang akan aktivis keagamaan dilingkungan masyarakatnya. Sehingga didirikanlah suatu komunitas dengan nama awal “*project* dakwah indonesia” akan tetapi memiliki similar dengan salah satu gerakan dakwah yaitu “gerakan dakwah indonesia”, kemudian diganti menjadi komunitas “*project* dakwah”. Adanya komunitas ini, untuk membentuk aktivis-aktivis keagamaan yang dapat memberikan perubahan besar terhadap kota makassar dengan lingkungan *religius*.

#### b. Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Pada Komunitas Project Dakwah

Komunitas *project* dakwah adalah suatu komunitas yang bergerak dalam aktifitas keagamaan dengan menarik simpati anak muda dan masyarakat kota makassar, serta memiliki potensi sebagai pintu generasi dalam hal keagamaan, pendidikan, inspirasi, dan informasi melalui media sebagai sarana komunikasi dakwah. Komunitas *project* dakwah merupakan salah satu komunitas yang cukup terkenal dikalangan masyarakat dalam menarik simpati, terutama kalangan anak muda. Kegiatan yang diadakan komunitas *project* dakwah pada event tertentu menghadirkan figur-figur yang cukup populer dan digandrungi oleh kalangan anak muda.

Adanya komunitas *project* dakwah serta media instagramnya @projectdakwah dihimbau dapat memberika arahan, dan teman hijrah terhadap anak muda untuk senantiasa istiqomah berada dijalan allah swt. Instagram sebagai sarana platform penyebaran dakwah sangat mudah untuk memberikan informasi dakwah karena fitur visual dan interaktifnya. Dengan menggunakan konten visual yang menarik seperti infografis, foto, dan video, dapat menyampaikan pesan keagamaan dengan lebih mudah dipahami dan menarik perhatian.

Perkembangan *platform* Instagram menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi para pendakwah di media sosial, dikarenakan banyaknya para warganet khususnya generasi millennial yang mengakses dan mencari informasi tentang Islam di *social* media salah satunya Instagram. Usaha pencarian melalui instagram dengan keyword “*project* dakwah”, memunculkan nama akun dakwah yang berisi gambar-gambar berupa kalimat-kalimat nasihat, kajian, event, tabligh akbar, serta motivasi dari kegiatan yang diadakan dapat diaplikasikan pada kehidupan kaum generasi millennial secara islami.

Berikut ini, fitur-fitur instagram sebagai sarana penyebaran informasi secara cepat kepada generasi muda yang menggunakan instgram:



1. Unggah foto atau video dimana fitur ini menampilkan penyebaran informasi melalui postingan berupa informasi berupa foto, video, atau teks yang dapat dilihat oleh pengikut komunitas *project* dakwah.
2. Judul foto (*Caption*) adalah serangkaian deskripsi singkat sebagai tambahan informasi dari foto atau video yang di unggah, seperti alamat lengkap kegiatan *project* dakwah.
3. *Mentions (@)* yaitu menyertakan nama pengguna lain instagram yang ikut serta pada kegiatan *project* dakwah
4. *Like* mengacu pada seseorang yang menyukai postingan atau konten kegaitan, pada akun *@projectdakwah*
5. Komentar yaitu dimana seseorang pengikut instagram bisa memberikan pujian maupun masukan yang berkaitan dengan pistingan yang diunggahnya.
6. Pengikut adalah fitur penting pada instagram, dimana pengikut adalah generasi muda yang menunjang keberhasilan kegiatan *project* dakwah dalam pengadaan sebuah event keagamaan. Postingan dengan informasi unik dan menarik dapat mengundang pengikut lebih banyak.
7. Tagar (#) untuk memudahkan followers dalam menjangkau konten dakwah dan memudahkan followers menemukan informasi yang ingin sesuai dengan minatnya. Seperti komunitas *project* dakwah pada *caption* akhir *postingannya* mencantumkan tagar *#projectdakwah #hijrah #kajianislam #dakwah*.
8. DM yaitu dimana komunitas *project* dakwah dapat berinteraksi dengan berbagi informasi pada followers secara pribadi.

Fitur-fitur di atas sangat relevan serta membantu komunitas *project* dakwah dalam menjangkau khalayak yang lebih luas, serta menghadirkan influencer yang dapat memotifasi anak muda dalam proses hijrah. Secara keseluruhan, Instagram menawarkan beragam sarana dan fitur yang memungkinkan penyebaran ajaran agama secara modern, menarik, dan efisien terutama bagi generasi muda yang aktif di media sosial.

#### c. Dampak Positif dan Negatif Pemanfaatan Instagram Bagi Komunitas Project Dakwah dan Followers

Penggunaan instagram dalam konteks dakwah telah memberikan dampak yang signifikan pada komunitas keagamaan. Platform ini membuat para *dai* dan komunitas *project* dakwah dalam mencapai audiens yang lebih luas secara global. Media instagram juga memfasilitasi berbagai layanan informasi, pendidikan agama, dan motivasi spiritual melalui konten-konten visual dan tulisan yang menarik. Selain itu, instagram juga memperluas komunitas *project* dakwah dikalangan masyarakat terutama anak muda melalui interaksi secara langsung antara *followers*. Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia, termasuk di kalangan masyarakat. Pemanfaatan instagram pada komunitas *project* dakwah membawa berbagai dampak yang signifikan, baik positif maupun negatif. Berikut adalah beberapa dampak mengenai pemanfaatan Instagram pada komunitas dakwah:

Dampak positif bagi komunitas dakwah

1. Peningkatan jangkauan yaitu dimana komunitas *project* dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Sarana memanfaatkan fitur seperti *stories*, IGTV, dan *reels*, pesan dakwah dapat disebar dengan cepat dan efisien.
2. *Sponsorship* dalam bentuk dukungan finansial yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada acara yang diadakan komunitas *project* dakwah.
3. Visualisasi pesan pada konten visual seperti gambar dan video lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik.
4. Interaksi melalui komentar, *likes*, dan *direct messages*, komunitas *project* dakwah dapat berinteraksi langsung dengan pengikutnya, membangun hubungan yang lebih dekat dan personal.



## Dampak positif bagi *followers*

1. Akses informasi yaitu *followers* mendapatkan akses mudah ke berbagai informasi dakwah yang berkualitas, dimana *followers* bisa belajar dan mendalami agama melalui konten yang disajikan komunitas *project* dakwah.
2. Inspirasi dan motivasi yaitu konten dakwah sering kali memberikan inspirasi dan motivasi bagi *followers* untuk menjalani kehidupan yang lebih baik dan mendekatkan diri kepada agama.
3. Kemudahan dalam mengakses instagram, *followers* bisa mengakses konten dakwah kapan saja dan dimana saja, sesuai dengan kenyamanan seseorang.
4. Interaksi langsung dimana *followers* dapat berinteraksi langsung dengan para *dai* atau komunitas *project* dakwah, mendapatkan jawaban atas pertanyaan *followers*, dan merasa lebih terhubung.

## Dampak negatif bagi komunitas dakwah

1. Adanya distraksi dengan kehadiran konten-konten hiburan di instagram bisa mengalihkan perhatian dari konten dakwah.

## Dampak negatif bagi *followers*

1. Distraction dimana *followers* bisa terdistraksi oleh banyaknya konten non-dakwah yang ada di instagram, yang mengurangi fokus mereka pada pesan-pesan dakwah.
2. Adanya akun-akun yang mengedit potongan ceramah yang bisa menimbulkan spekulasi dari berbagai pihak.
3. Ketergantungan pada media sosial dimana *followers* bisa menjadi terlalu bergantung pada media sosial untuk mendapatkan informasi agama, mengurangi interaksi langsung.

## 4. KESIMPULAN

- a. Pemanfaatan instagram sebagai sarana komunikasi dakwah yaitu bermanfaat untuk penyebaran dakwah oleh komunitas *project* dakwah. Adanya fitur-fitur interaktif instagram seperti unggah foto atau video, judul foto (*caption*), *mentions*(@), *like*, komentar, *followers*, tagar (#), dm, dan promosi yang dapat membuat penyebaran dakwah menjadi lebih cepat dan efisien, dijangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda yang aktif di media sosial.
- b. Dampak positif bagi komunitas *project* dakwah adalah peningkatan jangkauan yaitu dimana komunitas *project* dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Sarana memanfaatkan fitur seperti stories, IGTV, dan reels, pesan dakwah dapat disebarkan dengan cepat dan efisien. Bagi *followers* adalah *followers* mendapatkan akses mudah ke berbagai informasi dakwah yang berkualitas, dimana *followers* bisa belajar dan mendalami agama melalui konten yang disajikan komunitas *project* dakwah. Adapun dampak negatif bagi komunitas *project* dakwah adalah adanya distraksi dengan kehadiran konten-konten hiburan di instagram bisa mengalihkan perhatian dari konten dakwah. Selain itu dampak negatif bagi *followers* adalah adanya akun-akun yang mengedit bagian ceramah yang bisa menimbulkan spekulasi dari berbagai pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'anul Karim

Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin Ulfa Fauzia Zahra, "Media Social Instagram Sebagai Media Dakwah", *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, No 2. 2016

Aliyudin, "Prinsip-Prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Quran," *Ilmu Dakwah Academic Journal for Homiletic Studies*, vol. 5 no. 16. 2020



Amiruddin Ihsani Fikri, "Subjek Dakwah Islam Dalam Perspektif Al- Qur'an," Jurnal Kopsis Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam Subjek Dakwah Islam Ihsani 2 no. 1. 2019

Antasari citra ang renystiyah dwi pratiwi, "pemanfaatan fitur instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran kedai babakkeroyokan di kota palu". Kinesik 9, no. 2 (2022)

Atmoko Dwi Bambang, Instagram Handbook (Jakarta Selatan, Media Kita, 2012)

Arifin Muhammad, Dakwah Multi Media (Surabaya, Graha Ilmu Mulia Surabaya) 2006

Basit abdul, "buku wacana dakwah kontemporer" jurnal sains dan seni ITS, VOL. 6 (2017)

Cetakan Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya juz 1- 30, jakarta timur : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an 2020

Duli Deslima Yosieana, pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam (Uin Raden Intan Lampung) 2018

Dulwahab Encep, Dakwah Di Era Konvergensi Media, Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 5 No. 16 Juli-Desember 2010

Dwi anugrah, pengertian komunikasi dan unsur-unsur dakwah

Evelina Dr. Lidya W. , Etnografi Komunikasi dan Netnografi

Fahmi Ali Afrizal, "Etika Bermedia Sosial: Kajian Kontekstual Hadis Al-Muslimu Man Salima Al-Muslimūna Min Lisānihi Wa Yadihi," tammat (Journal Of Critical Hadith Studies).2023

Hasan Mohammad, "Metodologi Dan Pengembangan Ilmu Dakwah" (Pena Salsabila 2013).

Ilahi Wahyu, Komunikasi Dakwah (Pt Remaja Rosdakarya) bandung; 2010

Ilyas Ismail, Prio Hotman, Filsafat Dakwah Islam (Jakarta: Kencana) 2011

Meria Octavianti Nur Ratih Devi. Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah, Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3, No. 2, April 2019

Mubasyaroh, "Dakwah Dan Komunikasi" (Studi Penggunaan Media Massa Dalam Dakwah)," Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam 4, no. 1 (2016).

Mulyana andika, "ukuran foto profil instagram yang ideal"

Muslimah, "Etika Komunikasi dalam perspektif Islam" vol.13, no,2 desember 2016

Moa ulil, "7 tips bikin bio instagram untuk menarik followers"

M. Zainul Asrori Fajar Baskoro, Arya Yudhi Wijaya, Hozairi, "Media Sosial Remaja," NBER Working Papers 1 (2023): 89.

Puspita Sari Meutia, Fenomena penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau (Mahasiswa Fisip Universitas Riau 2017)

Pahlawan Kayo Khatib, Manajemen Dakwah (Jakarta, Amzah, 2007)

Parulian Simanjuntak, MA and Elvis F. Purba, SE, Metode Penelitian, (percetakan sadia, medan 2012)

Pattaling, "problematika dakwah dan hubungan dengan unsur-unsur dakwah"jurnal farabi 10, no. 2 (2013)

Ritonga Muslimin, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial," Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan 3, no. 1 (2019)

Ruslan Rosadi, Metodologi Penulisan Public Relations dan Komunikasi (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008

Sidiq Anwar, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Studi Pada Akun @fuadbakh (mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung 2017

Suarin nurdin H, "media sebagai sarana komunikasi dalam berdakwah" volume 16, no. 2 (2018)

Sugito et al., Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha), 2022.

Sulthon Muhammad, desain ilmu dakwah ( semarang, pustaka pelajar, 2003).

Shabri Shaleh Masduki, Filosofi Dakwah Kontemporer (Tembilahan, Indragiri Dot com) 2018



Suhandang Kustadi, Ilmu Dakwah, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2013)

Sugiyono, metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D, bandung: alfabeta, tahun 2008

Sukayat Tata, Quantum Dakwah, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)

Yusuf maimun, “dakwah dalam persepektif klasik dan kontemporer” jurnal at-taujih 5, no 2 (2022)