

Transformasi Dakwah Islami: Instagram Sebagai Media Tausiah Generasi Milenial

Mastanah Mastanah¹, Mahsusi Mahsusi², Syihaabul Huda³, Nuryani Nuryani⁴, Luo Ying⁵

^{1,2,4}UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

³Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta, Indonesia

⁵Guangxi Minzu University, Tiongkok

*Korespondensi: *hudaasyihaabul@gmail.com*

ABSTRACT

The spread of Islamic propagation through lectures to the millennial generation is considered monotonous. As a result, when Islamic preaching is delivered, many young people just listen. The purpose of writing this article is to examine the model of da'wah in the digital era through Instagram media. This research belongs to the type of descriptive qualitative research with content analysis techniques. The data sources in this study come from three Instagram accounts, namely: @dakwah_islami.i, @kajian.motivation.hits, and @dakwah_tauhid. The data sources were obtained through text uploads in the three Instagram accounts and analyzed using Norman Fairclough's discourse analysis. Based on research conducted by researchers, it was found that the three accounts have a very large social media following. The uploads that are shared are basically da'wah that was originally done orally, then deconstructed to be simpler into a short text on Instagram. This text is essentially a response to the problems that occur among the millennial generation. The da'wah upload in it contains a model of oral da'wah (Qauliyyah), written da'wah (Kitabiyyah), exemplary da'wah (Fi'liyyah), heart da'wah (Bil Qalbi), da'wah with visual media (Basyariyyah), da'wah with argumentation (Burhaniyyah), and da'wah with simplified dialog (Munazarah) on Instagram.

Keywords: *digital era da'wah; Instagram; critical discourse analysis*

ABSTRAK

Penyebaran syiar Islam melalui ceramah kepada generasi milenial dianggap monoton. Akibatnya, saat syiar Islam disampaikan banyak generasi muda yang sekadar mendengar saja. Tujuan penulisan artikel ini untuk mengkaji model dakwah dalam era digital melalui media Instagram. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisis isi. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari tiga akun Instagram, yaitu: @dakwah_islami.i, @kajian.motivasi.hits, dan @dakwah_tauhid. Sumber data didapatkan melalui unggahan teks di dalam ketiga akun Instagram tersebut dan ditelaah menggunakan analisis wacana Norman Fairclough. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa ketiga akun tersebut memiliki pengikut di media sosial yang sangat banyak. Unggahan yang dibagikan pada dasarnya merupakan dakwah yang awalnya dilakukan secara lisan, kemudian didekonstruksi menjadi lebih sederhana menjadi teks singkat di Instagram. Teks ini pada hakikatnya merupakan respon atas permasalahan yang terjadi di kalangan generasi milenial. Unggahan dakwah di dalamnya mengandung model dakwah lisan (Qauliyyah), dakwah tulisan (Kitabiyyah), dakwah teladan (Fi'liyyah), dakwah hati (Bil Qalbi), dakwah dengan media visual (Basyariyyah), dakwah dengan argumentasi (Burhaniyyah), dan dakwah dengan dialog (Munazarah) yang disederhanakan di Instagram.

Kata kunci: *Dakwah Era Digital; Instagram; Analisis Wacana Kritis*

A. PENDAHULUAN

Dakwah dalam era digital tidak sama seperti era sebelumnya. Era digital menuntut kemampuan pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya secara menarik. Namun, tidak semua pendakwah mampu menyampaikan dakwahnya secara menarik. Banyak pendakwah yang hanya berfokus pada materi yang disampaikan, seperti: ceramah langsung di majelis taklim, ceramah di masjid, dan dalam kegiatan keagamaan lainnya (Ucu, 2023). Bahkan, beberapa kasus pendakwah yang sepi jamaah sering terjadi di Indonesia. Sepinya jamaah yang menyimak dakwah dikarenakan banyaknya asumsi bahwa dakwah yang disampaikan monoton (Nashrullah, 2023). Hal tersebut bahkan terjadi pada dai kondang ternama yaitu Ustaz Hanan Attaki yang pernah ditolak juga oleh jamaahnya (Yulianto, 2023).

Selain kasus penolakan terhadap pendakwah, beberapa masalah dalam dakwah pun muncul, salah satunya dugaan penyebaran ajaran sesat. Kasus dugaan pendakwah yang menyebarkan ajaran sesat pun membuat jamaah takut dalam mengikuti kegiatan ceramah. Ketakutan tersebut muncul karena ideologi yang disampaikan oleh pendakwah dianggap tidak sesuai dengan pemahaman yang dimiliki oleh jamaah. Akibatnya, muncul pemikiran bahwa pendakwah berupaya menyampaikan suatu hal yang bersifat negatif di dalam dakwahnya. Kemudian, dampaknya terjadi penolakan dalam ceramah yang dilakukan oleh ustaz yang dianggap sesat.

Masalah lainnya yang dihindari oleh generasi milenial ketika mengikuti dakwah secara langsung yaitu menunggu dan antre untuk masuk. Permasalahan ini yang membuat generasi milenial lebih memilih mengikuti tausiah atau ceramah di rumah atau melalui media digital. Selain itu, selama masa pandemi Covid-19 masyarakat sudah terbiasa dengan diadakannya ceramah secara daring melalui Zoom atau aplikasi lainnya. Namun, penyampaian ceramah melalui virtual bukan berarti tidak memiliki masalah. Generasi milenial yang cenderung aktif dengan media dan internet cenderung melakukan aktivitas lainnya saat mengikuti kegiatan secara daring. Dampaknya mereka tidak dapat menyimak materi yang disampaikan dengan baik.

Salah satu upaya untuk menarik minat generasi muda menyimak dengan baik yaitu memberikan inovasi media yang digunakan. Inovasi ini berkaitan dengan penggunaan media, keunikan tampilan, teks sederhana (komprehensif), dan adanya animasi yang menarik (Roqib, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Purnami et al., 2022; Suparto et al., 2021) menyebutkan bahwa media pada dasarnya menjadi penyumbang keberhasilan pemelajar dalam menerima apa yang disampaikan oleh pengajar. Pada prinsipnya, penelitian ini relevan dengan konteks dakwah di mana seorang pendakwah menyampaikan materi kepada jamaah.

Generasi milenial dalam era digital saat ini menginginkan adanya perubahan. Salah satu perubahan yang diinginkan oleh generasi milenial yaitu cara melakukan dakwah dengan mudah diterima. Selain itu, generasi milenial dapat membagikan dakwah yang didapatkannya kepada orang lain menjadi lebih mudah. Salah satunya adalah menyebarkan dakwah melalui media sosial. Media sosial di Indonesia saat ini menjadi kebutuhan primer generasi milenial. Beberapa media sosial yang digunakan oleh generasi milenial, seperti: Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, Line, dan lainnya.



Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial

Sumber: (Widi, 2023)

Data yang didapatkan dari We Are Social menyebutkan sebanyak 167 juta orang aktif di media sosial. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menjadi penyumbang terbesar yaitu 60,4% pengguna media sosial (Widi, 2023). Dengan kata lain, masyarakat Indonesia memiliki waktu yang cukup banyak dalam menggunakan media sosial. Kemudian, media sosial terpopuler yang digunakan oleh masyarakat Indonesia per Januari 2023 yaitu: YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya. Namun, untuk aplikasi yang mampu melakukan komunikasi dua arah yang paling banyak digunakan yaitu Instagram (Husyairi, 2023).

Beberapa penelitian terkait dakwah di media sosial pernah dilakukan oleh (Allisa & Triyono, 2023) dengan mengkaji media sosial TikTok dan Pengaruhnya terhadap religiositas. Penelitian yang dilakukan oleh Allisa dan Triyono menemukan bahwa dakwah di media sosial memberikan pengaruh positif terhadap religiositas pada remaja. Jika seorang remaja sering menyimak media sosial dan mengikuti konten dakwah di dalamnya, maka akan mengalami peningkatan nilai religiositas. Interpretasi ini menunjukkan bahwa tren media sosial yang ada di masyarakat dapat dimanfaatkan dalam pelbagai hal, baik positif maupun negatif.

Penelitian lainnya dilakukan oleh (Nurfitria & Arzam, 2022; Supratman & Suhendi, 2022) dengan media yang digunakan yaitu TikTok. Melalui penelitian yang dilakukan oleh mereka ditemukan bahwa seorang pendakwah harus memahami perkembangan zaman dan teknologi. Salah satunya adalah mengetahui media yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial. Dengan memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan syiar Islam, maka dakwah yang disampaikan menjadi lebih efektif. Selain itu, konten yang diberikan di media sosial dapat diterima dan dianalisis oleh generasi milenial.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dibandingkan penelitian terdahulu yaitu peneliti mengkaji bagaimana dakwah disampaikan melalui media sosial Instagram. Media Instagram yang dipilih oleh peneliti yang memiliki jumlah pengikut yang banyak. Kemudian, temuan data di media sosial Instagram dianalisis menggunakan teori Fairclough. Dalam teorinya, (Fairclough, 1995) mengajukan tiga metode khusus untuk menganalisis tiga dimensi wacana, yaitu (1) deskripsi, digunakan

dalam rangka analisis teks; (2) interpretasi, digunakan dalam rangka memahami hubungan proses diskursif (produksi-reproduksi dan konsumsi) dengan teks; dan (3) eksplanasi, digunakan dalam rangka menjelaskan hubungan proses diskursif dengan proses sosial (Subuki, 2023).

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah di kalangan generasi milenial menggunakan teori Norman Fairclough. Teori ini digunakan oleh peneliti untuk memahami pesan dakwah yang ingin disampaikan oleh pendakwah di media sosial Instagram. Telaah data menggunakan teori Fairclough bertujuan untuk mendapatkan analisis yang mendalam bahwa suatu teks adalah hasil reproduksi relasi kuasa yang telah distandarkan atau dikontrol kuasa tertentu (Subuki, 2023). Selain itu, maksud yang disampaikan oleh pendakwah dapat dipahami secara komprehensif.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Instagram

Sebagai salah satu platform media sosial, Instagram menjadi media yang komunikatif. Salah satu fitur Instagram yang paling banyak digemari saat ini yaitu siaran langsung, reel, dan postingan. Namun, selain fitur tersebut media sosial Instagram menawarkan banyak fitur yang disukai oleh generasi milenial, yaitu berupa filter foto (SusyLOWATI et al., 2019). Filter foto di Instagram dapat memberikan tampilan yang berbeda dibandingkan dengan foto menggunakan kamera HP pada umumnya. Selain itu, teman di media sosial dapat langsung menemukan foto dari akun yang diikutinya tersebut. Bahkan, dapat membagikannya secara langsung di media sosialnya (Baulch & Pramiyanti, 2018).

Fitur lainnya yang dapat membuat seseorang tertarik menggunakan Instagram adalah fitur eksplorasi. Fitur ini memberikan tawaran berupa kemudahan dalam menemukan suatu hal yang baru di Instagram. Selain baru, dokumentasi yang muncul dapat dikatakan viral atau banyak disukai oleh orang lain. Kemudahan inilah yang membuat pengguna Instagram semakin meningkat setiap harinya. Kemudian, kelebihan Instagram ini memiliki koneksi langsung di media sosial Facebook. Artinya, apa yang dibagikan di Instagram otomatis dibagikan di Facebook (Barquero Cabrero et al., 2023; Barta et al., 2023; Ye et al., 2023).

Dakwah

Dakwah adalah istilah dalam bahasa Arab yang secara umum merujuk pada upaya atau aktivitas untuk menyampaikan pesan-pesan agama, khususnya dalam Islam, dengan tujuan menyebarkan ajaran-ajaran agama tersebut kepada orang lain. Aktivitas dakwah ini biasanya dilakukan oleh seorang yang disebut dai atau pendakwah (Maarif & Rahmat, 2023). Tujuan utama dari dakwah adalah untuk memberikan pemahaman yang benar dan mendalam tentang ajaran agama, mengajak orang lain untuk beriman kepada Allah, mengajarkan nilai-nilai etika dan moral yang baik, serta mendorong umat Islam untuk menjalankan ibadah dan berperilaku sesuai dengan tuntunan agama (Millie et al., 2023).

Pesan-pesan dalam dakwah biasanya mencakup berbagai aspek, seperti keimanan kepada Allah dan Nabi Muhammad sebagai rasul terakhir, pentingnya menjalankan kewajiban-kewajiban agama, (seperti: salat, puasa, zakat, dan haji), menghindari larangan-larangan agama (seperti maksiat dan perbuatan dosa), dan berusaha untuk meningkatkan kualitas hidup dalam segala aspek kehidupan (Hayat, 2022; Muzakki *et al.*, 2022). Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti ceramah, pengajian, kajian kitab, tulisan-tulisan, media sosial, dan berbagai sarana komunikasi lainnya. Selain itu, ada juga bentuk dakwah yang lebih tidak formal, seperti contoh teladan dan perilaku baik sehari-hari.

Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti: ceramah, pengajian, kajian kitab, tulisan-tulisan, media sosial, dan berbagai sarana komunikasi lainnya. Selain itu, ada juga bentuk dakwah yang lebih tidak formal, seperti contoh teladan dan perilaku baik sehari-hari. Penting untuk dicatat bahwa dakwah seharusnya dilakukan dengan cara yang lemah lembut, santun, dan menghargai perbedaan pendapat. Tujuan sebenarnya adalah untuk memberikan pemahaman dan mengajak orang lain dengan penuh kasih sayang, bukan dengan cara memaksa atau memaksakan pandangan agama kepada orang lain (Hamdi, 2023; Latief, 2022).

Media

Analisis Wacana Fairclough

Norman Fairclough adalah seorang ilmuwan sosial dan linguistik yang dikenal karena karyanya dalam analisis kritis teks dan wacana. Salah satu konsep utama dalam teorinya adalah "Analisis Wacana Kritis" (Critical Discourse Analysis-CDA), yang menggabungkan analisis linguistik dengan analisis sosial untuk memahami bagaimana bahasa digunakan untuk mencerminkan dan membentuk kekuasaan serta struktur sosial (Fairclough, 1995).

Dimensi Teks

Dimensi teks fokus pada analisis bahasa secara mikro atau linguistik dalam sebuah wacana. Hal ini mencakup pemeriksaan elemen-elemen bahasa seperti tata bahasa, struktur kalimat, kosakata, gaya bahasa, metafora, dan cara penulisan yang digunakan dalam teks. Analisis dimensi teks bertujuan untuk memahami bagaimana bahasa dipergunakan untuk menyampaikan pesan, membangun argumen, atau mempengaruhi pendapat pembaca atau pendengar. Contoh analisis dimensi teks adalah melihat bagaimana kalimat-kalimat dipilih dan diatur untuk mempengaruhi pandangan tentang suatu topik tertentu atau bagaimana pemilihan kosakata tertentu dapat mencerminkan pandangan atau bias tertentu dalam sebuah teks.

Dimensi Praktik

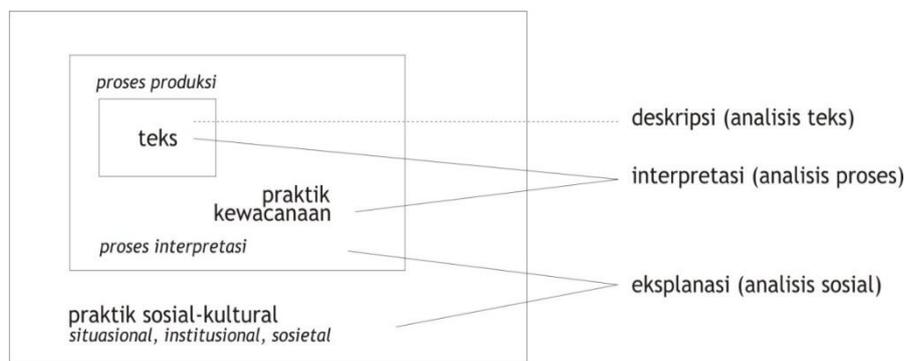
Dimensi praktik menekankan pada konteks sosial dan situasional di mana teks atau wacana digunakan. Fokusnya adalah pada bagaimana bahasa digunakan dalam interaksi sosial dan bagaimana wacana berfungsi sebagai praktik sosial yang membentuk hubungan antarindividu dan kelompok. Analisis dimensi praktik melibatkan pertimbangan tentang siapa yang berbicara atau menulis, siapa

yang menjadi target audiens, di mana wacana tersebut disampaikan (seperti media massa, media sosial, pidato publik, dsb.) dan tujuan komunikasi tertentu. Ini mencakup pemahaman tentang cara teks atau wacana mengarahkan interaksi sosial, memengaruhi sikap, atau memengaruhi tindakan di dalam masyarakat.

Dimensi Sosial

Dimensi sosial membahas tentang hubungan antara bahasa dan struktur sosial secara lebih luas. Dimensi ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana bahasa mencerminkan, menciptakan, dan mereproduksi ketimpangan sosial, hierarki, atau kekuasaan dalam masyarakat. Bahasa dapat berperan dalam mempertahankan status quo atau menantang norma-norma sosial yang ada. Analisis dimensi sosial memeriksa bagaimana bahasa digunakan dalam konteks politik, ekonomi, budaya, dan ideologi. Selain itu, ini juga berfokus pada peran bahasa dalam mempengaruhi identitas sosial, kelompok, atau komunitas tertentu.

Ketiga dimensi ini saling terkait dan saling mempengaruhi. Analisis wacana yang holistik harus mempertimbangkan ketiga dimensi ini secara bersama-sama untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana bahasa beroperasi dalam masyarakat. Sebagai contoh, suatu teks tertentu mungkin memiliki aspek-aspek bahasa (dimensi teks) yang berbeda tergantung pada konteks sosial dan tujuan penggunaan teks tersebut (dimensi praktik). Selain itu, bahasa yang digunakan dalam teks tersebut mungkin mencerminkan dan memperkuat struktur sosial atau kekuasaan tertentu (dimensi sosial) (Fairclough, 2003).



Gambar 2. Kerangka Kerja Dimensi Wacana Fairclough

Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kelompok manusia yang lahir dalam rentang waktu tertentu. Meskipun definisi persisnya dapat sedikit bervariasi, secara umum, generasi milenial merujuk pada individu yang lahir sekitar tahun 1981 hingga pertengahan 1990-an hingga awal 2000-an. Namun, batas tahun kelahiran ini bisa sedikit berbeda dalam sumber yang berbeda (Strauss & Howe, 1991).

Generasi milenial memiliki kecenderungan kebebasan dalam mengeksplorasi media. Salah satu kebebasan ini muncul didasarkan pada perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Kecenderungan berinteraksi melalui media sosial membuat generasi milenial memiliki koneksi tak terbatas. Bahkan, mereka dapat berkomunikasi dengan siapa saja dan di mana saja. Karakteristik generasi milenial pada umumnya berada di kategori ekstrovert dan ambivert. Mereka mudah membentuk komunitas, sehingga lebih menyukai hal yang sederhana dan mudah dibagikan.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi dengan pendekatan studi kepustakaan. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan dari Instagram @dakwah_islami.i dengan 208 ribu pengikut, @kajian.motivasi.hits yang memiliki 102 ribu pengikut. Satu akun lagi yang dijadikan sumber data yaitu akun @dakwah_tauhid yang memiliki pengikut 1,1 juta pengikut di Instagram. Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori Norman Fairclough.

Tahapan penelitian ini dimulai dari: pencarian akun Instagram yang tepat dengan memiliki jumlah pengikut aktif yang banyak. Kedua, akun Instagram tersebut memiliki unggahan yang cukup banyak, sehingga dapat ditelaah unggahan yang dibagikan berdasarkan kajian dakwah dan korelasinya dengan dimensi teks, praktik, dan sosial di masyarakat. Kemudian, menelaah makna yang terdapat di dalamnya berdasarkan tiga dimensi Fairclough.

D. HASIL PEMBAHASAN

Dimensi Teks

Salah satu media yang banyak diikuti kalangan generasi milenial yaitu Instagram. Peneliti menjadikan tiga akun Instagram sebagai sumber data, yaitu: @dakwah_islami.i, @kajian.motivasi.hits, dan @dakwah_tauhid. Ketiga akun ini memiliki pengikut yang banyak di Instagram dengan unggahan mencapai ratusan unggahan, bahkan ada yang mencapai 209 ribu unggahan di akun @dakwah_tauhid. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa unggahan dakwah yang dikategorikan atas: dakwah lisan (Qauliyyah), dakwah tulisan (Kitabiyyah), dakwah teladan (Fi'liyyah), dakwah hati (Bil Qalbi), dakwah dengan media visual (Basyariyyah), dakwah dengan argumentasi (Burhaniyyah), dan dakwah dengan dialog (Munazarah).

Dalam data ini, pada dasarnya mencakup semua tradisi berdakwah, mulai dari lisan sampai dialog. Dakwah Lisan pada dasarnya merupakan tradisi tradisional sebelum adanya media. Dakwah lisan yaitu saat seorang ulama menyampaikan tausiahnya menggunakan lisan kepada jamaah. Dalam era digital, model dakwah lisan mulai kurang disukai oleh generasi milenial. Mereka berasumsi bahwa tradisi lisan tidak mampu disimak lain waktu, kecuali ada yang merekam dan diunggah di YouTube atau Instagram. Oleh karena itu, beberapa da'i atau pendakwah mengubah cara menyampaikan

tausiahnya menggunakan media Instagram. Sebagai contoh dari unggahan berikut ini di akun @dakwah_islami.i, @kajian.motivasi.hits, dan @dakwah_tauhid.



Gambar 3. Dakwah yang diunggah di Instagram

Kajian di atas masuk ke dalam kategori dakwah lisan, tulisan, teladan, hati, visual, argumentasi, dan dialog. Ketiga sumber data tersebut mewakili semua kategori jenis dakwah. Teks-teks yang ada di akun media Instagram tersebut secara tekstual merepresentasikan dakwah yang mengajak pengikutnya untuk mengikuti jalan kebaikan agar menjadi orang saleh. Beberapa teks unggahan di dalamnya ada yang diambil dari Ali bin Abi Thalib, ceramah Ustaz Adi Hidayat, dan bersumber dari Al-Qur'an.

Teks pertama dari akun @dakwah_islami.i Ali bin Abi Thalib "Kelak kau akan mengerti bahwa menjaga orang lain agar tak tersinggung karena lisan, itu jauh lebih mulia daripada mengutarakan isi hati." Kalimat tersebut pada dasarnya mengajarkan seseorang untuk menjaga lisan dan bahkan lebih mulia daripada mengutarakan isi hati. Dalam Islam surat Al-Ahzab: 70—71 "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu sekalian kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki amalan-amalanmu dan mengampuni dosa-dosamu...."

Ayat di atas pada hakikatnya sesuai dengan apa yang disampaikan dalam pesan Ali bin Abi Thalib tentang menjaga lisan. Dalam era digital, generasi milenial sering kali menggunakan teks atau lisan secara langsung untuk berkomunikasi. Bahkan, ada beberapa kasus yang diakibatkan dari tidak menjaga lisan, seperti: "Kesal sering dibully, pelajar SMAN 7 Banjarmasin tusuk siswa lain" (Soelaiman, 2023). Jika dikaji secara tekstual, ceramah ustaz dan unggahan di media sosial tentang menjaga lisan pada dasarnya menghindari dampak negatif dalam tuturan. Bahkan, kasus penusukan yang terjadi di SMAN 7 terjadi berawal dari lisan.

Jadi, disimpulkan bahwa teks dalam unggahan ketiga akun di Instagram merepresentasikan tausiah agar pengikutnya menjadi lebih baik. Tausiah di dalamnya pun pada dasarnya merupakan bentuk dakwah yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, sehingga dapat ditelaah oleh siapa saja. Teks yang digunakan pun singkat, padat, dan jelas dengan tambahan *caption* yang dapat dipahami oleh siapa saja. Teks tersebut pun tidak membentuk ideologi yang menyimpang, sehingga dapat diteruskan kepada siapa saja.

Dimensi Praktik

Kemunculan suatu teks di media sosial pada dasarnya didasarkan pada tataran wacana sebelumnya. Artinya, kemunculan suatu teks didasarkan adanya peristiwa terlebih dahulu. Bisa juga berlaku sebaliknya, praktik/peristiwa memunculkan teks yang berkaitan di dalamnya. Dalam hal ini, suatu media berperan besar dalam mengintegrasikan pelbagai topik di dalamnya, termasuk dakwah atau sekadar hiburan. Kemunculan akun-akun dakwah di media sosial pada praktiknya sebagai respon atas pelbagai fenomena sosial di masyarakat. Pelbagai fenomena di masyarakat muncul seiring kemajuan zaman dan teknologi, seperti: tren dugem, tren narkoba, tren tawuran, tren menikah-bercerai, tren nikah siri, dan tren lainnya yang bertentangan dengan agama. Dalam hal ini, tausiah ustaz muncul sebagai suatu bentuk preventif terhadap perilaku negatif.

Salah satu contoh kasus yang ramai dibicarakan di antaranya: Panji Gumilang (Al-Zaitun) <https://nasional.kompas.com/read/2023/08/02/05150081/panji-gumilang-tersangka-penistaan-agama-berikut-perjalanan-kasusnya> (Kompas.com, 2023). Tingginya angka nikah siri di Banjarbaru <https://www.kompas.tv/regional/382187/angka-nikah-siri-di-banjarbaru-masih-tinggi-februari-2023-sudah-tercatat-72-kali> (KompasTV, 2023). Anak durhaka kepada orang tua <https://www.detik.com/jatim/hukum-dan-kriminal/d-6838432/kisah-anak-durhaka-di-malang-gantung-ibu-gegara-tak-dibelikan-helm> (Baihaqi, 2023) dan pelbagai kasus lainnya.

Kemunculan kasus-kasus tersebut pada dasarnya hanya sebagian kecil dari pelbagai kasus yang ada di Indonesia. Pelbagai masalah tersebut muncul karena kurang terpenuhinya kebutuhan rohani selama pandemi. Selain itu, kesadaran masyarakat akan hukum agama semakin menurun saat masa pandemi. Beberapa respon akun Instagram terkait dakwah di media sosial pun muncul beragam, di antaranya teks berikut ini:

1. @dakwah_islami.i *“Semua ada waktunya, jika doamu saat ini belum dijabah, sabar dan percayalah, barangkali Allah sedang mempersiapkan sesuatu yang lebih baik dan menyiapkan diwaktu yang tepat.”*
2. @kajian.motivasi.hits *“Lagi asik ngejar dunia, eh meninggal. Kesalahan manusia: mereka pikir, mereka punya waktu.”*
3. @dakwah_tauhid *“Cara wanita berbicara kepada laki-laki lain ‘Allah Ta’ala berfirman: Janganlah kalian (para wanita) melembutkan perkataan kalian sehingga orang-orang punya penyakit hati timbul rasa ingin di dalam dirinya. Namun, ucapkanlah perkataan yang ma’ruf” QS: Al-Ahzab:32.”*

Secara praktik, teks tersebut pada dasarnya relevan dengan pelbagai masalah yang terjadi di Indonesia. Fenomena yang muncul belakangan sudah menjadi permasalahan level nasional. Kasus penistaan agama yang terjadi oleh pemimpin instansi menjadi kasus penistaan agama terbesar tahun 2023. Interpretasi dakwah yang seharusnya mampu mencegah pelbagai fenomena itu terjadi, tetapi pada kenyataannya gagal diinterpretasikan secara komprehensif. Padahal, beberapa akun di media sosial

sudah menginterpretasikan konsep keagamaan yang benar. Akan tetapi, pembatasan yang terjadi di beberapa pesantren dan *boarding school* membuat santri di dalamnya terlambat mendapatkan informasi.

Kasus lainnya yang terjadi yaitu pembunuhan terhadap orang tua kandung. Pada hakikatnya, Islam sudah menyebutkan bahwa berkata “ah” kepada orang tua sudah mendapatkan dosa. Apalagi sampai melakukan pembunuhan yang pasti berdampak pada hukuman Tuhan untuk anak yang membunuh. Beberapa akun dakwah sudah mengingatkan bahwa kematian akan sampai pada setiap manusia. Namun, banyak manusia yang tidak menyadari akan pentingnya menyiapkan bekal menjelang mati. Bahkan, banyak manusia yang merencanakan taubat di usia senja.

Jika mereka membaca tausiah di media sosial, pada dasarnya akan menyadarkan mereka bahwa segala tindakan akan mendapatkan balasan. Bahkan, beberapa unggahan tersebut menjawab keresahan pemuda di Indonesia yang memiliki beban yang berat sebagai generasi milenial. Kasus sulitnya mencari kerja, tawuran antarpelajar, akan nihil jika mereka mengamalkan apa yang disampaikan dalam tausiah di dalam akun dakwah. Selain itu, tingginya angka perceraian pasca pandemi dilatarbelakangi pelbagai masalah, seperti: keuangan, perselingkuhan, dan lainnya. Respon dari akun dakwah pun beragam, di antaranya menjelaskan bahwa wanita perlu menjaga sikap terhadap lawan jenis. Apalagi untuk wanita yang sudah berstatus ibu rumah tangga.

Dengan kata lain, teks yang ada di akun dakwah pada dasarnya merepresentasikan pelbagai masalah yang terjadi di Indonesia. Ajakan untuk mengingat ajaran Allah dan mengikuti segala yang hal baik disyiarkan oleh akun dakwah di media sosial Instagram. Selain itu, cara penyampaian teks di dalamnya menjadi suatu bentuk respon atas keresahan yang terjadi di masyarakat Indonesia. Korelasi antara teks dan praktik pada dasarnya saling terkait, sehingga mampu membentuk suatu pribadi yang lebih baik dari sebelumnya.

Dimensi Sosial

Dimensi sosial pada praktiknya membahas suatu teks dan suatu wacana dibentuk berdasarkan suatu kuasa komunitas tertentu. Ideologi yang berkembang di dalam suatu komunitas dibawa masuk ke dalam masyarakat nonkomunitas, sehingga dianggap menjadi suatu bentuk kebenaran. Sebagai contoh beberapa praktik yang berkaitan dengan budaya, tetapi tidak ada di dalam syariat Islam, seperti: tabur bunga di makam, ngaji kubur, atau tradisi negatif seperti: surak (tradisi menebar uang receh). Jika dipandang dalam konteks toyib, surak dapat membawa petaka jika mereka yang berebut uang receh saling bertabrakan, kemudian terjatuh.

Dalam dimensi sosial, Fairclough membagi menjadi tiga konteks, yaitu: level situasional, level institusional, dan level sosieta. Level situasional pada dasarnya menjelaskan situasi yang terjadi atas munculnya suatu teks dari peristiwa tertentu. Level institusional berkorelasi dengan institusi secara internal dan eksternal dalam memberikan pengaruh terhadap munculnya suatu teks. Level sosieta berkaitan dengan sosio-kultural, sehingga memunculkan suatu teks tertentu. Artinya, suatu teks dapat muncul dipengaruhi ketiga aspek tersebut berdasarkan levelnya dalam dimensi sosial.

Melihat dari situasinya, transisi berdakwah di media sosial pada dasarnya menjadi suatu kebutuhan. Hal ini karena generasi milenial lebih aktif di media sosial daripada di dunia nyata dalam berkomunikasi. Bahkan, banyak akun dakwah yang membuat *caption* atau unggahan atas dasar merespon pelbagai permasalahan yang terjadi di kalangan generasi milenial. Sebagai contoh dalam unggahan di bawah ini.



Gambar 4. Dakwah dalam Tiga Akun di Instagram

Dikaji dari tiga level dalam dimensi sosial Fairclough, unggahan di atas merepresentasikan tiga level tersebut. Dalam unggahan yang pertama, “Waktu paling hina bagiku adalah ketika aku lupa jumlah raka’at dalam sholatku. Karena dalam sholatpun ternyata aku sibuk memikirkan dunia (🙄).” Secara situasional, teks tersebut jelas terjadi pada manusia dalam era modern yang sibuk mengerjakan pekerjaannya. Selain itu, waktu beristirahat yang melebihi jam salat pun membuat beberapa orang yang akhirnya lebih memilih untuk makan siang daripada salat.

Dari perspektif institusional, pemerintah seharusnya mempertimbangkan beberapa kebijakan di perusahaan yang memberikan waktu istirahat terbatas dan meninjau tempat ibadah yang tersedia. Hal ini sebagai upaya meminimalisasi tidak sempatnya mengerjakan salat di tempat bekerja. Padahal, salat menjadi keutamaan di atas kegiatan lainnya saat sudah memasuki waktunya salat. Senada dengan unggahn yang pertama, di dalam unggahan akun kedua pun menuliskan bahwa “Bila Shalat terasa berat bagimu, maka ketahuilah bahwa di dalam hatimu ada kemunafikan. Karena malas untuk menunaikan sholat merupakan sikap orang-orang yang munafik yang Allah kabarkan dalam Firman-Nya.”

Selain itu, dalam unggahan ketiga disebutkan bahwa “Planning Allah itu selalu yang terbaik, percayalah, sabarmu, lelahmu, sakitmu, akan Allah ganti dengan kebahagiaan.” Berkaitan dengan sosio-kultural, generasi milenial menjadi generasi yang aktif dan pekerja keras. Indikator kesuksesan mereka terletak pada aspek materi, sehingga banyak yang mengeluhkan mengenai pendapatan dan pekerjaan berat. Dampaknya, mereka menjadi kurang

bersyukur atas nikmat yang sudah Allah berikan. Oleh karena itu, dalam teks tersebut mengajak pembacanya untuk mensyukuri apa yang telah Allah berikan dan bersabar dengan segala rencana Allah. Karena, dalam kehidupan manusia, Allah telah mengatur segalanya, baik ujian, rezeki, dan kematian. Manusia sudah seharusnya mempercayai apa yang terjadi di bumi adalah kehendak-Nya.

Dalam hal ini, unggahan akun dakwah di Instagram menjadi salah satu model dalam berdakwah era digital. Keterbatasan milenial dalam menyimak dakwah langsung dapat disikapi dengan adanya dakwah di media sosial yang menjadi tempat milenial menghabiskan waktu sehari-hari. Kemudian, hakikat manusia yang pada dasarnya memerlukan dunia-akhirat akan terpenuhi dengan baik apabila menjalankan keduanya. Jika hanya mengejar dunia, maka manusia akan merugi selamanya. Jika hanya mengejar akhir, maka manusia akan sengsara di dunia. Allah Taala pun dalam Adz-Dzariyat:56 telah mengingatkan bahwa kehidupan dunia-akhirat harus seimbang.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, media Instagram dapat dijadikan solusi untuk berdakwah kepada generasi milenial. Pertama, generasi milenial lebih aktif di media sosial daripada di dunia nyata. Kedua, keterbatasan generasi milenial dalam menyimak tausiah secara langsung dapat diatasi dengan adanya dakwah di Instagram. Ketiga, generasi milenial dapat terpenuhi kebutuhan rohaninya melalui dakwah di Instagram. Keempat, bahasa yang digunakan oleh akun dakwah di Instagram sangat mudah dipahami oleh generasi milenial dan bersifat lugas. Respon dari pengelola akun dakwah di Instagram sangatlah baik, karena merespon berdasarkan aspek teks, praktik, dan sosial. Di mana teks yang ada pada dasarnya dibuat untuk menjadi tausiah yang bermanfaat untuk manusia. Dari aspek praktik, teks ini menjadi jawaban atas masalah yang terjadi di kalangan generasi milenial. Kemudian, yang terakhir dari aspek sosial bahwa generasi milenial perlu mengaktifkan waktu yang dimiliki agar tidak rugi karena hanya sekedar mengejar dunia tanpa memperhatikan akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- Allisa, L., & Triyono, A. (2023). Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 26–38. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.13070>
- Baihaqi, A. (2023). *Kisah Anak Durhaka di Malang Gantung Ibu gegara Tak Dibelian Helm*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jatim/hukum-dan-kriminal/d-6838432/kisah-anak-durhaka-di-malang-gantung-ibu-gegara-tak-dibelian-helm>
- Barquero Cabrero, J. D., Castillo-Abdul, B., Talamás-Carvajal, J. A., & Romero-Rodríguez, L. M. (2023). Owned media, influencer marketing, and unofficial brand ambassadors: differences between narratives, types of prescribers, and effects on interactions on Instagram. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01779-8>
- Barta, S., Gurra, R., & Flavián, C. (2023). Telepresence in live-stream shopping: An experimental study comparing Instagram and the metaverse. *Electronic Markets*, 33(1). <https://doi.org/10.1007/s12525-023-00643-6>
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on instagram: Using visual social media to construct the ideal muslim woman. *Social Media and Society*, 4(4), 1–15. <https://doi.org/10.1177/20563051188003>
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge.
- Hamdi, A. Z. (2023). The radicalization of contemporary educated Indonesian: A case study of university students in Yogyakarta. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 44(1), 155–162. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2023.44.1.17>
- Hayat, M. J. (2022). PREACHING ISLAMIC LEGAL RULES ON SCREEN Conservatism on Islamic Family Law in Digital-Based Dakwah Program Mamah dan Aa Beraksi. *Al-Jami'ah*, 60(2), 427–466. <https://doi.org/10.14421/AJIS.2022.602.427-466>
- Husyairi, H. (2023). *Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. LDC_. <https://wearesocial.xyz/>
- Kompas.com. (2023). *Panji Gumilang Tersangka Penistaan Agama, Berikut Perjalanan Kasusnya*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2023/08/02/05150081/panji-gumilang-tersangka-penistaan-agama-berikut-perjalanan-kasusnya>
- KompasTV. (2023). *Angka Nikah Siri di Banjarbaru Masih Tinggi, Februari 2023 Sudah Tercatat 72 Kali!* Kompas.Tv. <https://www.kompas.tv/regional/382187/angka-nikah-siri-di-banjarbaru-masih-tinggi-februari-2023-sudah-tercatat-72-kali>
- Latief, H. (2022). The Masyumi Networks and the Proliferation of Islamic Higher Education in Indonesia (1945-1965). *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde*, 178(4), 477–502. <https://doi.org/10.1163/22134379-bja10043>
- Maarif, B. S., & Rahmat, M. (2023). The Dakwah Communication Model of the Post-Persecution Muslim Minority: The Case of the Restoration of the Indonesian Ahmadiyya Congregation (JAI). *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 12(3), 276–290. <https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0077>
- Millie, J., Syarif, D., & Fakhruroji, M. (2023). The Discipline of Dakwah in Indonesia's State

- Education System. *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde*, 179(1), 38–60. <https://doi.org/10.1163/22134379-bja10047>
- Muzakki, A., Rosidi, I., & Hartono, T. (2022). Islam on the air: the struggle for Salafism through radio in Indonesia. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 12(1), 59–84. <https://doi.org/10.18326/ijims.v12i1.59-84>
- Nashrullah, N. (2023). *Masjid Sepi Syiar Dakwah Meski Bertebaran dan Bangunannya Megah, Tanda Kiamat?* Republika.Co.Id. <https://islamdigest.republika.co.id/berita/rrmvdc320/masjid-sepi-syiar-dakwah-meski-bertebaran-dan-bangunannya-megah-tanda-kiamat>
- Nurfitriya, S., & Arzam, A. (2022). Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media. *An-Nida*, 46(1), 88. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>
- Purnami, N. P. M. D., Sulianingsih, N. W. W., & Widyantari, N. P. E. (2022). Pemanfaatan Powtoon Sebagai Media Pembelajaran Kreatif Berbasis Teknologi. *Prospek*, 1(1). <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1718>
- Roqib, M. (2021). Increasing social class through islamic boarding schools in Indonesia. *Journal of Social Studies Education Research*, 12(2), 305–329. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85110440018&partnerID=40&md5=4bac518b887576aa290db21bcbdba7d0>
- Soelaiman, R. (2023). *BREAKING NEWS: Kesal Sering Dibully, Pelajar SMAN 7 Banjarmasin Tusuk Siswa Lain*. Tribunbanjarmasin.Com. <https://banjarmasin.tribunnews.com/2023/07/31/breaking-news-gegara-kesal-sering-dibulipelajar-sman-7-banjarmasin-tusuk-siswa-lain>
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. William Morrow Paperbacks.
- Subuki, M. (2023). Radikalisme Islam Populer : Analisis Wacana Kritis terhadap Bahasa Ustaz Selebritis dalam Aksi Bela Islam. *Widyaparwa*, 51(1), 174–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.26499/wdprw.v51i1.1298> Abstract
- Suparto, T. A., Alfatihah, B. A., Rohaedi, S., Puspita, A. P. W., Hermayanti, Y., Darmansyah, D., & Sutrisno, I. T. (2021). Exploring the Obstacles of Islamic Boarding School Health Post in Bandung Indonesia. *Malaysian Journal of Medicine and Health Sciences*, 17, 78–85. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85123788535&partnerID=40&md5=a8fe57b64193e218d902a60b96e0cff8>
- Supratman, S. H., & Suhendi, H. (2022). Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(1), 10–14. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.748>
- Susylowati, E., Sumarlam, Abdullah, W., & Marmanto, S. (2019). Communication used by female santri as part of their social interaction in indonesian modern pesantren. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(7), 77–94. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85078985907&partnerID=40&md5=77832a82ca3acbba95f834abbd32b06>
- Ucu, K. R. (2023). *Jika Masjid UI Sepi Jamaah, Masjid Salman ITB Masih Ramai Kajian Dakwah*. Rejabar.Republika.Co.Id. <https://rejabar.republika.co.id/berita/rrk2au282/jika-masjid-ui-sepi-jamaah-masjid-salman-itb-masih-ramai-kajian-dakwah>

- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Ye, S., Ho, K. K. W., Wakabayashi, K., & Kato, Y. (2023). Relationship between university students' emotional expression on tweets and subjective well-being: Considering the effects of their self-presentation and online communication skills. *BMC Public Health*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15485-2>
- Yulianto, A. (2023). *Ustaz Hanan Attaki Dulu Sempat Ditolak Berdakwah, Ini Daftarnya*. Rejabar.Republika.Co.Id. <https://rejabar.republika.co.id/berita/ruj1ra396/ustaz-hanan-attaki-dulu-sempat-ditolak-berdakwah-ini-daftarnya>

