

**TIPOLOGI KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL DAN PRAKTIK  
PERILAKU BERAGAMA KAUM MILLENIAL  
(Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Starta Satu  
Sarjana Pendidikan (S.Pd)*



Oleh :

**Dwi Rahmah Hidayati**

NIM : 18110026

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2023**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

**TIPOLOGI KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL DAN PRAKTIK  
PERILAKU BERAGAMA KAUM MILLENIAL  
(Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)**

### SKRIPSI

Oleh :

**Dwi Rahmah Hidayati**

NIM.18110026

Telah disetujui pada tanggal : 18 Mei 2023

Oleh :

Dosen Pembimbing



**Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd**

NIP.19650817 1998031003

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Maulana  
Malik Ibrahim Malang

**Mujtahid, M. Ag**

NIP. 197601052005011003

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

#### TIPOLOGI KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL DAN PRAKTIK PERILAKU BERAGAMA KAUM MILLENIAL (STUDI KASUS MAHASISWA PAI UIN MALANG)

#### SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Dwi Rahmah Hidayati (18110026)**

Telah dipertahankan di depan sidang pengujian pada 20 Juni 2023 dan dinyatakan

**LULUS**

Serta Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Strata 1 Sarjana Pendidikan Agama Islam (S. Pd)

#### Dewan Penguji

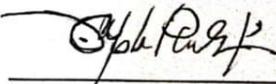
Ketua Sidang  
Dr. Laily Nur Arifa, M. Pd.I  
NIP. 199005282018012003

Sekretaris Sidang  
Prof. Dr. H. Agus Maimun, M. Pd  
NIP.196508171998031003

Dosen Pembimbing  
Prof. Dr. H. Agus Maimun, M. Pd  
NIP.196508171998031003

Pengujian Utama  
Faridatun Nikmah, M. Pd  
NIP.198912152019032019

#### Tanda Tangan

:   
:   
:   
: 

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

  
Prof. Dr. H. Nur Ali, M. Pd  
NIP. 1965040319980320

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa, saya curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW , yang menjadi panutan dan suri tauladan bagi umat manusia. Dengan mengucap rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini untuk kepada mereka yang saya sayangi :

### **Kepada Kedua Orang Tua**

Kepada orang tua saya Ibu Sri Handayani dan Bapak Syafrudin yang selalu tulus menyayangi, memberi dukungan serta keyakinan bila mana saya merasa tertekan dan terpuruk, dan untuk doa-doa yang tiada henti, yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya selama menempuh masa studi dari awal hingga akhir.

### **Kepada Keluarga**

Kepada keluarga saya tercinta, kakak dan adik-adik serta om dan tante, saya yang selalu memberikan doa, dorongan semangat, dan menjadi teman bercerita dan menghibur saya untuk melepas penat.

### **Kepada Dosen-dosen**

Kepada Bapak dan Ibu dosen di Universitas Islam Negeri Malang, yang telah memberikan ilmu, mendidik dan membimbing saya sehingga menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelum masuk ke universitas..

### **Kepada sahabat**

Kepada sahabat seperjuangan, Kardalimah, Nur Azizah Fitriani , Maulida Azizah Achmad, yang selalu memberikan hiburan, dukungan, bantuan, dan doa agar saya dapat menyelesaikan studi ini.

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, mohonlah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

(Q.S. Al-Baqarah : 153)

Prof. Dr. H. Agus Maimun, M. Pd  
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan (FITK)  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Dwi Rahmah Hidayati

Malang, 18 Mei 2023

Lamp : 5 (Lima) Eksemplar

Yang Terhormat,  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan (FITK)  
UIN Maliki Malang  
Di Malang

***Assalamu'alaikum Wr.Wb***

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, Bahasa maupun teknik penulisan, dan setelah membaca Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Dwi Rahmah Hidayati

NIM : 18110026

Jurusan : Pendidikan Agama Islam

Judul Skripsi : Tipologi Konten Dakwah Media Sosial Dan Praktik Perilaku Beragama Kaum Millennial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)

Maka selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diujikan. Demikian, mohon dimaklumi adanya.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Dosen Pembimbing



**Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd**

NIP. 19650817 1998031003

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang Bertanda Tangan Di bawah ini :

Nama : Dwi Rahmah Hidayati

NIM : 18110026

Fakultas : Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan (FITK)

Jurusan : Pendidikan Agama Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak pernah ada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang mana tertulis diacuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar rujukan.

Malang, 18 Mei 2023

Hormat Saya,



Dwi Rahmah Hidayati

NIM. 18110026

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, puji dan syukur atas kehadiran *Ilahi Rabbi*, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, skripsi yang berjudul “Tipologi Konten Dakwah Media Sosial Dan Praktik Perilaku Beragama Kaum Millenial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar pada jenjang starta 1 (S-1) pada program studi Pendidikan Agama Islam.

Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat, serta para pengikutnya, yang telah membimbing dan menghantarkan umat manusia untuk dapat keluar dari zaman kegelapan menuju kepada zaman yang terang benderang.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. Nur Ali, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Mujtahid, M. Ag selaku Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Bapak Prof. Dr. H. Agus Maimun, M. Pd selaku dosen wali akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan sumbangsih pemikiran, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen pada program studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan yang telah mendidik, dan memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Teman-teman satu angkatan, kakak tingkat seta adik tingkat pada program Studi Pendidikan Agama Islam, yang telah bersedia memberikan bantuan dalam bentuk tenaga maupun pemikiran selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan agar penulisan skripsi ini bisa menjadi lebih sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pada bidang keilmuan khususnya pada bidang Pendidikan Agama Islam.

Malang, 16 Mei 2023

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan pedoman transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam skripsi ini mengacu pada pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 serta no. 0543 b/U/1987 dengan garis besar dapat dituliskan sebagaimana berikut :

### A. Huruf

ا = tidak dilambangkan	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ś	ص = ş	م = m
ج = j	ض = đ	ن = n
ح = ħ	ط = ṭ	و = w
خ = kh	ظ = ḏ	ه = h
د = d	ع = ‘	ء = ‘
ذ = z	غ = g	ي = y
ر = r	ف = f	

### B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = â

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = û

### C. Vokal Diftong

اؤ = aw

اي = ay

اؤ = û

اي = î

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
مستخلص البحث .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Orisinalitas Penelitian .....	7
F. Definisi Istilah .....	12
G. Sistematika Pembahasan .....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	16
A. Dakwah .....	16
1. Pengertian Dakwah .....	16
2. Fungsi dan Tujuan Dakwah .....	18
3. Komponen-komponen Dakwah .....	20

B. Media Sosial.....	34
1. Pengertian Media Sosial.....	34
2. Jenis-jenis Media Sosial.....	35
C. Konten Dakwah Media Sosial.....	37
D. Dampak Konten Dakwah Media Sosial.....	38
E. Perilaku Beragama.....	39
1. Pengertian Perilaku Beragama.....	39
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku beragama.....	41
3. Bentuk-bentuk Perilaku Beragama.....	46
F. Kaum Millenial.....	50
1. Pengertian Kaum Millenial.....	51
2. Karakteristik Kaum Millenial.....	51
G. Teori Pengaruh Konten Dakwah Media Sosial.....	53
H. Kerangka Berfikir.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Kehadiran Peneliti.....	58
C. Lokasi Penelitian.....	59
D. Subjek Penelitian.....	59
E. Data dan Sumber Data.....	60
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	61
G. Teknik Analisis Data.....	64
H. Keabsahan Data.....	65
I. Prosedur Penelitian.....	67
BAB IV.....	69
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	69
A. Paparan Data.....	69
B. Temuan Penelitian.....	76
C. Rangkuman Temuan Penelitian.....	113
BAB V.....	117
PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	117

BAB VI .....	139
PENUTUP .....	139
DAFTAR PUSTAKA .....	142
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	147

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian .....	11
Tabel 4.1 Data Mahasiswa yang mengakses konten dakwah .....	82

## DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Kerangka Berpikir .....	52
Bagan 4.2 Frekuensi mahasiswa dalam mengakses konten dakwah .....	82
Bagan 4.3 Jenis media sosial yang memuat konten dakwah.....	86
Bagan 4.4 Bentuk konten dakwah media sosial.....	88

## ABSTRAK

Hidayati, Dwi Rahmah. 2023. Tipologi Konten Dakwah Media Sosial Dan Praktik Perilaku Beragama Kaum Millennial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang). Skripsi, Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H. Agus Maimun, M. Pd

**Kata kunci :** *Konten Dakwah, Perilaku beragama, Mahasiswa*

Pada masa ini, konten dakwah media sosial menjadi sebuah alternatif untuk menanamkan ajaran dan nilai-nilai Islam kepada masyarakat khususnya bagi para pengguna media sosial yang didominasi oleh kelompok kaum millennial. Kaum millennial sebagai generasi baru sangat mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan banyak melakukan aktivitas melalui media sosial. Kaum millennial yang berada pada rentang usia 20 tahun seperti mahasiswa secara psikologis digambarkan berada pada masa *quarter life crisis* yaitu kondisi di mana diri merasakan guncangan dan tekanan baik terhadap masa depan, keyakinan beragama dan lainnya, dan apabila kondisi ini tidak teratasi dengan baik akan memunculkan perilaku-perilaku negatif. Sehingga pemberian motivasi dan penguatan terhadap keyakinan beragama sangat diperlukan, salah satunya melalui perantara media sosial yang pada dasarnya memiliki sifat dapat mempengaruhi penggunanya. Mahasiswa PAI UIN Malang banyak mengikuti akun-akun dakwah di media sosial. Idealnya dengan adanya konten dakwah media sosial maka pengetahuan dan pemahaman terhadap agama Islam akan semakin bertambah dan hal ini berdampak pada perubahan perilaku beragama.

Tujuan penelitian adalah sesuatu yang ingin dicapai dalam penelitian, adapun tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan : 1) Tipologi konten dakwah media sosial yang diakses oleh mahasiswa PAI UIN Malang, 2) praktik perilaku beragama mahasiswa PAI UIN Malang pada aspek ibadah *mahdah*, setelah menyaksikan konten dakwah media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun proses analisis data menggunakan analisis data dari Miles and Hubberman dengan melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Mahasiswa PAI UIN Malang mempunyai frekuensi yang berbeda dalam mengakses konten dakwah ada yang sering, cukup sering dan tidak sering. Jenis media sosial yang banyak digunakan mahasiswa dakwah mengakses konten dakwah media sosial seperti Youtube, Instagram, dan Tik-tok. Bentuk konten dakwah yang disaksikan mahasiswa berbentuk audio-visual seperti video ceramah. Konten dakwah yang diakses mahasiswa berdasarkan isinya berkaitan dengan seluruh aspek ajaran agama Islam seperti Akidah, Fiqh, Akhlak/moral, dan pembelajaran Al-Quran. Konten dakwah yang diakses mahasiswa berdasarkan cara penyampaian *da'i* adalah dakwah dengan gaya ceramah yang serius dan sistematis serta dakwah dengan pendekatan yang santai dan humoris, mudah dipahami, tidak ada unsur kekerasan dan memaksa. 2) Praktik perilaku beragama mahasiswa khususnya pada aspek pelaksanaan ibadah sehari-hari seperti menjadi lebih disiplin dalam melaksanakan shalat dengan benar, menjadi lebih rajin dalam menegakkan shalat sunnah, menumbuhkan kedisiplinan untuk menjalani ibadah puasa dengan sempurna, meningkatnya kualitas dalam membaca Al-Quran, menjadi lebih disiplin dalam membaca Al-Quran, serta semakin rajin mengingat dan membaca doa maupun zikir yang mengiringi aktivitas sehari-hari.

## ABSTRACT

Hidayati, Dwi Rahmah. 2023. Typology of Social Media Da'wah Content and Millennial Religious Behavior Practices (Case Study of Tarbiyah and Teacher Training Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang Students). Thesis, Department of Islamic Education, Faculty of Tarbiyah and Teacher, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Supervisor : Prof. Dr. H. Agus Maimun, M. Pd

**Keywords :** Da'wah Content, Religious Behavior, Students

At this time, social media da'wah content has become an alternative for instilling Islamic teachings and values in to the community, especially for social media users who are dominated by millennial groups. Millennials as the new generation are very adaptable to technological developments and carry out many activities through social media. Millennials who are in the age range of 20 years such as students are psychologically described as being in a quarter life crisis, namely a condition where they feel shocks and pressures both for the future, religious beliefs and others, and if this condition is not resolved properly it will lead to bad behavior. - negative behavior. So that giving motivation and strengthening religious beliefs is very necessary. Ideally, with the content of social media da'wah, knowledge and understanding of Islam will increase and this will have an impact on changes in religious behavior.

The purpose of the study is something to be achieved in research, as for the purpose of this study to describe: 1) Typology of social media da'wah content accessed by of Tarbiyah and Teacher Training Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang Students, 2) The practice of religious behavior of Tarbiyah and Teacher Training Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang Students in the aspects of mahdah worship, after witnessing the content social media da'wah.

This research uses a qualitative approach with a type of case study research. Data Collection through interview techniques, observation, and documentation techniques. The data analysis process uses data analysis from Miles and Hubberman through data collection, data reduction, data presentation, and conclusions.

The results of this research show that: 1) Students of Tarbiyah and Teacher Training Islamic of University Maulana Mailik Ibrahim Malang have different frequencies in accessing da'wah content, there are frequent, sufficient and infrequent ones. The types of social media that are widely used to access da'wah content on social media such as Youtube, Instagram, and Tiktok. The form of da'wah content witnessed by students is in the form of audio-visual such as video lectures. The da'wah content accessed by students based on its content relates to all aspects of Islamic religious teachings such as Aqidah, Fiqh, Morals, and Al-Quran learning. The da'wah content accessed by students based on the way the da'i delivers is da'wah with a serious and systematic lecture style and da'wah with a relaxed and humorous approach, easy to understand, without elements of violence and coercion. 2) Students who often watch social media da'wah content feel the effect of social media da'wah content on changes in religious behavior, especially in aspects of implementing mahdah worship such as being more disciplined in carrying out prayers properly, being more diligent in upholding sunnah prayers, cultivating discipline to carry out worship fasting perfectly, improving the quality of reading the Qur'an, becoming more disciplined in reading the Quran, and being more diligent in remembering and reciting the prayers and dhikr that accompany daily activities

## مستخلص البحث

هداياتي، دوي رحمة. ٢٠٢٣. تصنيف نصّ الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي و تطبيق السلوك الديني لجيل الألفية (دراسة الحالة لطلبة التربية الإسلامية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج) البحث الجامعي، قسم التربية الإسلامية، كلية علوم التربية و التعليم، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: الدكتور الحاج أغوس ميمون، الماجستير

**الكلمات الرئيسية :** نصّ الدعوة، السلوك الديني، الطلبة

في هذا العصر، جعل نصّ الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي بديلاً لغرس التعاليم والقيم الإسلامية على المجتمع، خاصة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين يغلبون عليهم جيل الألفية. جيل الألفية كجيل جديد قادر على التكيف مع التطورات التكنولوجية و إقامة الأنشطة بالعديد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. تم صفتّ جيل الألفية الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٠ سنة مثل الطلبة نفسياً بأنهم يمرون بأزمة ربع عمرهم، وهي حالة يشعرون فيها بالصددمات والضغط على كل من المستقبل والمعتقدات الدينية وغيرها، وإذا لم يتم حل هذا الشرط بشكل صحيح سيؤدي إلى سوء السلوك - حسن السلوك. لذلك فإن إعطاء التشجيع و التقوية على معتقدات الدينية أمر ضروري للغاية، أحدها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الذين يمتلكون بشكل أساسي الصفة تأثروا على مستخدميهم. اشترك بالعديد طلبة التربية الإسلامية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج حسابات الدعوة في وسائل التواصل الاجتماعي. من الناحية المثالية، بوجود نصّ الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي، ستزداد معرفة الإسلام وفهمه وهذا سيكون له تأثير على التغيرات في السلوك الديني.

أغراض البحث هو ما الذي يريد أن يحقق في البحث، و أما أغراض هذا البحث لوصف : (١) الأول، تصنيف نصّ الدعوة في التواصل الاجتماعي الذي توصل إليه طلبة التربية الإسلامية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، (٢) الثاني، تطبيق السلوك الديني لطلبة التربية الإسلامية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج في جوانب عبادة المحضنة، بعد مشاهدة نصّ الدعوة على مواقع التواصل الاجتماعي.

استخدم هذا البحث المدخل الكيفي بنوعية البحث هي دراسة الحالة. و تقنية جمع البيانات هي من خلال المقابلة و الملاحظة و التوثيق. و استخدمت عملية تحليل البيانات من Miles و Hubberman من خلال المرور بعملية جمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج.

أشارت نتائج هذا البحث، كما يلي: (١) الأول، طلبة التربية الإسلامية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج لديهم تواتر مختلف للوصول إلى نصّ الدعوة، فهناك تواتر دائم و نادر. أنواع وسائل التواصل الاجتماعي التي

استخدمها طلبة الدعوة على نطاق واسع وصل إلى نص الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي مثل يوتوب و إنستغرام و تيك توك. شكل نص الدعوة الذي شهده الطلاب هو شكل سمعي بصري مثل المحاضرات المرئية. ارتبط نص الدعوة الذي وصل إليه الطلاب بناءً على نصها بجميع جوانب التعاليم الدينية الإسلامية مثل العقيدة و الفقه و الأخلاق و دراسة القرآن. إن نص الدعوة الذي وصل إليه الطلاب على أساس الطريقة التي سلم بها الداعي هو دعوة ذات نهج هادئ وخفيف وسهل الفهم، دون عناصر عنف وإكراه. (٢) الثاني، شاهد الطلاب نص الدعوة غالباً على وسائل التواصل الاجتماعي أن هناك تأثيراً لنص الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير السلوك الديني، لا سيما في جوانب تطبيق عبادة المحضة، مثل الإنضباط في أداء الصلاة بشكل صحيح، حيث تكون أكثر. الإجتهد في صلاة السنة، وتعليم التأديب لأداء العبادة بالصوم على أكمل وجه، وتحسين جودة تلاوة القرآن، والإنضباط في تلاوة القرآن، والإجتهد في تذكر وقراءة الصلوات والأذكار المصاحبة للأنشطة اليومية.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dewasa ini fenomena dakwah media sosial menjadi sebuah alternatif dan tren terbaru dalam menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada masyarakat. Konten-konten dakwah yang tersebar melalui media sosial dapat membawa pengaruh yang kuat pada penanaman nilai-nilai pendidikan Islam di kalangan para penggunanya, Hal ini disebabkan karena media sosial itu sendiri memiliki sifat persuasif atau dapat mempengaruhi para penggunanya, pengaruh media sosial ini dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung.<sup>1</sup> Konten dakwah yang bersifat cepat, mudah untuk diakses, dan memberikan faedah pada masyarakat yang menggunakannya. Kegiatan dakwah yang semula hanya menggunakan metode konvensional dengan ceramah dari satu tempat ke tempat lain, kini dapat disampaikan melalui media sosial kemudian disebarluaskan pada masyarakat. Seorang juru dakwah (*dâ'i*) memiliki peran penting untuk dapat terlibat pada proses dakwah melalui media sosial, hal ini dikarenakan seorang *dâ'i* merupakan sosok yang memiliki pengaruh kuat dalam membangun kesadaran beragama dan menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam baik melalui ucapan, dan perbuatan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> David Holmes, *Komunikasi Media, Teknologi, Dan Masyarakat Terj. Teguh Wahyu Utomo* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).

<sup>2</sup> "Konten Dakwah Melalui Media Sosial," *Kementrian Agama Provinsi Sumatera Barat*, accessed September 9, 2022, <https://sumbar.kemenag.go.id/v2/post/54835/konten-dakwah-melalui-media-sosial>.

Dakwah adalah sebuah upaya yang dilakukan seseorang untuk mengajak orang lain berpindah dari situasi negatif kepada situasi positif, artinya dalam berdakwah ada kegiatan untuk menyeru orang lain menuju kepada perbuatan yang lebih baik dari sebelumnya.<sup>3</sup> Hal ini sesuai dengan surah Ali Imran ayat 104. Ayat tersebut berkenaan dengan adanya kewajiban untuk melaksanakan kegiatan dakwah dan saling mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Dakwah kepada masyarakat yang lebih luas, sudah tentu dilakukan oleh seseorang yang berkompeten dalam bidang keagamaan, serta memahami metode dan teknik dalam berdakwah. Namun dalam bermedia sosial tidak ada ketentuan atau syarat-syarat yang ditetapkan bagi seseorang yang hendak berdakwah, artinya semua orang memiliki peluang untuk menyebarkan ajaran-ajaran Islam melalui media sosial. Oleh sebab itu, pengguna media sosial wajib untuk selektif dalam memilih dan menonton konten dakwah media sosial, dengan memastikan bahwa yang menyampaikan pesan dakwah adalah seorang *dâ'i* dengan sanad keilmuan yang jelas, konten yang disampaikan mengandung cinta kasih, kelembutan, akhlak mulia, serta tidak mengandung unsur kebencian dan memecah belah umat.<sup>4</sup>

Tokoh-tokoh *dâ'i* yang kerap berdakwah melalui media sosial seperti Ustadz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Hanan Attaki, Ustadzah

---

<sup>3</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019),2

<sup>4</sup> Ahmad W, "Memilih Konten Dakwah Di Media Sosial, Salah satunya Pastikan Kredibilitas Pendakwah," *Bondowos Network.Com*, last modified 2021, accessed September 3, 2022, <https://bondowoso.jatimnetwork.com/khazanah/pr-1821710077/tips-memilih-konten-dakwah-di-media-sosial-salah-satunya-pastikan-kredibilitas-pendakwah?page=2>.

Halimah Alaydrus, Ustadzah Haneen Akira, dan dari kalangan kaum muda yaitu Agam Fachrul, dan Husyain Basyaiban, dan masih banyak lagi kalangan pendakwah yang kerap membagikan konten dakwah melalui media sosial. Para da'i memiliki berbagai metode dan media dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam baik melalui tulisan, foto, video, yang diunggah melalui media sosial Instagram, Youtube, Tik tok, dan lain-lain, penyampaian konten dakwah dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, demonstrasi, diskusi dengan menjawab pertanyaan guna membenarkan pemahaman masyarakat yang keliru.<sup>5</sup> Adapun konten-konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial berkenaan dengan aspek aqidah, syariah, akhlak, bahkan ada banyak sekali konten dakwah yang membahas tentang larangan berpacaran dan ta'aruf, seperti yang dilakukan oleh akun dakwah @pejuang.mahar, hal ini disesuaikan dengan kondisi dimana rata-rata pengguna media sosial adalah anak-anak muda.<sup>6</sup>

Berdasarkan data yang dilansir dari detik.com, APJII sebagai penyelenggara jasa internet di Indonesia menyatakan pada tahun 2018, masyarakat Indonesia yang menggunakan internet tercatat sebanyak 171,17 juta jiwa, dan pengguna internet tersebut didominasi oleh kelompok masyarakat usia 20-24 tahun sebanyak 88,5% dan kelompok usia 25-29 tahun sebanyak

---

<sup>5</sup> Iin Komalasari, "Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah Melalui Komunikasi Islam," *Kompasiana.Com*, accessed September 3, 2022, [https://www.kompasiana.com/iinkomalasari/61e6626c80a65a3521350764/penggunaan-media-sosial-dalam-berdakwah-melalui-komunikasi-islam?page=1&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/iinkomalasari/61e6626c80a65a3521350764/penggunaan-media-sosial-dalam-berdakwah-melalui-komunikasi-islam?page=1&page_images=1).

<sup>6</sup> Mega Silvia, Ridwan Effendi, and Vidi Sukmayadi, "STRATEGI CONTENT CREATOR PADA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL ( Studi Kasus Pada Akun Instagram @ Pejuang . Mahar )," *Jurnal Indonesia* (2019): 9, <https://www.researchgate.net/publication/337856829>.

82,7 % .<sup>7</sup> Berdasarkan data tersebut, maka dapat dipahami bahwa kelompok masyarakat yang paling aktif dalam mengakses adalah kaum millennial. Kaum millennial adalah generasi baru yang lahir pada masa perkembangan teknologi informasi, sehingga kaum millennial sangat mudah beradaptasi dan menerima berbagai macam teknologi baru yang menarik seperti media sosial, kaum millennial kerap berselancar di media sosial untuk memenuhi kebutuhan dalam lingkup pribadi, maupun sosial.

Kaum millennial yang berada pada rentang usia 20 tahun termasuk golongan remaja akhir, yang secara psikologis berada pada fase pencarian jati diri dan menghadapi masa *quarter life crisis* yakni masa dimana mereka mengalami guncangan perasaan dan dipenuhi dengan kekhawatiran. Nash dan Murray menyatakan permasalahan yang terjadi pada masa *quarter life crisis* berkaitan dengan keinginan di masa depan, tantangan dalam bidang akademis, keyakinan, tingkat spritualitas, dan karir.<sup>8</sup> Munculnya guncangan perasaan ini, akan sangat berpengaruh pada kondisi psikologis. Kondisi psikologis yang tidak stabil, serta ketidakmampuan dalam mengatasi tekanan dan guncangan perasaan, kemudian ditambah dengan adanya pengaruh yang tidak baik dari lingkungan akan mendorong terbentuknya perilaku-perilaku yang menyimpang, seperti narkoba, pergaulan bebas, bunuh diri dan lainnya.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Agus Tri Haryanto, "Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial," *Detik.Com*, last modified 2019, accessed January 16, 2022, <http://inet.detik.com/telecomunicaton/d-4551389/pengguna-internet-indoesia-didominasi-milenial>.

<sup>8</sup> Alfiesyahrianta Habibie and Nandy Agustin Syakarofath, "Peran Religiusitas Terhadap Quarter-Life Crisis (QLC) Pada Mahasiswa," *Gadjah Mada Journal Of Psychology* 5, no. 2 (2019): 130.

<sup>9</sup> *Ibid.*

Oleh sebab itu, pemberian motivasi dan penguatan terhadap keyakinan beragama pada kaum millennial sangat diperlukan. Dengan adanya penanaman nilai-nilai pendidikan Islam melalui konten-konten dakwah yang terdapat di media sosial, akan memunculkan pengetahuan dan pemahaman terhadap ajaran-ajaran agama Islam yang benar, kemudian itu semua akan termanifestasikan pada sikap dan perilaku beragama dalam kehidupan, agar kaum millennial dapat tetap berpegang teguh terhadap nilai-nilai Islam ditengah terpaan arus budaya media sosial dan krisis kepercayaan diri.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti kepada sejumlah kaum millennial, dalam hal ini adalah mahasiswa program studi PAI UIN Malang, mahasiswa memiliki akun di berbagai jenis media sosial serta banyak mengikuti dan menonton konten-konten dakwah Islam, mahasiswa memiliki ketertarikan dengan konten dakwah media sosial hal ini bisa dilihat dari sikap mahasiswa yang meneruskan konten-konten dakwah pada akun media sosial milik pribadi, selain itu UIN Malang merupakan kampus yang mengintegrasikan pendidikan keislaman dalam pengajarannya, khususnya pada program studi pendidikan agama Islam yang banyak membahas seputar kajian-kajian keislaman, hal ini mendorong mereka untuk lebih banyak membaca dan mencari tahu seputar informasi keagamaan yang saat ini banyak dapat diakses melalui media sosial.

Meskipun begitu, masih ditemukan mahasiswa yang kurang tertarik untuk menyaksikan konten dakwah melalui media sosial dibandingkan dengan datang langsung ke suatu majelis atau sudah sering menyaksikan konten

dakwah namun pesan-pesan dakwah tersebut masih belum mampu menumbuhkan motivasi beragama dan mengubah perilaku beragama mahasiswa dimana mereka seringkali merasa bahwa tingkat ketaatannya dalam beragama kurang konsisten misalnya tidak disiplin menjalankan ibadah sehari-hari, seperti . Idealnya dengan semakin banyak seseorang melakukan kegiatan membaca, mendengarkan, serta menonton berbagai macam konten dakwah media sosial hal ini akan berdampak pada bertambahnya wawasan keislaman mahasiswa, serta menguatkan keyakinan dalam beragama yang kemudian terimplementasikan pada perilaku beragama seseorang dalam kehidupan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk ingin meneliti mengenai **“Tipologi Konten Dakwah Media Sosial Dan Praktik Perilaku Beragama Kaum Millennial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tipologi konten dakwah media sosial yang diakses oleh mahasiswa PAI UIN Malang?
2. Bagaimana praktik perilaku beragama mahasiswa PAI UIN Malang pada aspek ibadah *maḥḍah* setelah menyaksikan konten dakwah media sosial ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan tipologi konten dakwah media sosial yang diakses oleh mahasiswa PAI UIN Malang
2. Untuk mendeskripsikan praktik perilaku beragama mahasiswa PAI UIN Malang pada aspek ibadah *mahdah* setelah menyaksikan konten dakwah media sosial

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan serta menjadi bahan kajian bagi para peneliti yang akan meneliti tema yang sama dengan fokus penelitian yang berbeda

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan masukan yang dapat memotivasi masyarakat khususnya bagi para civitas akademik UIN Malang untuk dapat memanfaatkan keberadaan media sosial sebagai sarana menyebarkan dan menggali informasi mengenai nilai dan ajaran-ajaran agama Islam. Sehingga dapat menambah wawasan, menumbuhkan motivasi beragama, hingga mengubah merubah pola tingkah laku beragama menjadi lebih baik seseuai dengan ajaran Islam.

#### **E. Orisinalitas Penelitian**

Peneliti telah melakukan telaah pada penelitian sebelumnya, dan menemukan penelitian-penelitian dengan tema pembahasan serupa akan tetapi dengan fokus yang berbeda. Oleh sebab itu, pada orisinalitas penelitian akan dipaparkan mengenai perbedaan dan persamaan kajian yang diteliti, sehingga membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti berbeda dengan penelitian sebelumnya. Adapun penelitian yang ditemukan peneliti, sebagai berikut :

1. Alfin Khosyatillah, dengan judul “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya). Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian yang dilakukan Alfin Khosyatillah, bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak dari media sosial terhadap perilaku beragama mahasiswa. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini hanya berfokus pada penggunaan media sosial secara umum. Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan informasi bahwa media sosial membawa dampak positif dan negative pada perilaku mahasiswa. Korelasi dari penelitian ini adalah pada perilaku beragama oleh mahasiswa dengan objek penelitian yang berbeda dan lokasi yang berbeda..
2. Dhesty Virlana dengan judul “ Metode Dakwah dan Perubahan Perilaku Kegamaan Jama’ah (Studi Pengembangan Majelis Ta’lim Al-Hikmah Desa Bulokarto)”.Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Metro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana metode dakwah dan perubahan

perilaku keagamaan pada jamaah majelis *ta'lim al-hikmah* di desa bulukarto kecamatan gadingrejo kabupaten pring sewu. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan, dan berdasarkan hasil penelitiannya dijelaskan bahwa dalam berdakwah da'i menggunakan metode *iqtibas* (penalaran) dengan melalui tahapan *ta'rif* (penyampaian), (pembinaan), dan *takwin* (pelaksanaan). Korelasi dari penelitian ini adalah membahas mengenai perubahan perilaku keagamaan setelah adanya proses dakwah.

3. Faizah Zahra Safitri dan M. Ridwan Said Ahmad dengan judul “ Dampak Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar”. Jurnal. Universitas Negeri Makassar. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui dampak dakwah di media sosial pada perilaku keagamaan mahasiswa komunitas Al-Furqan, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan fakta bahwa dakwah di media sosial memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif dakwah media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa diantaranya semakin taat dalam beribadah, terminimalisirnya penyimpangan sosial, dan lain-lain. Adapun dakwah media sosial terhadap perilaku keagamaan mahasiswa yaitu tidak adanya filter, adanya keterbatasan ilmu, dan munculnya sikap eksklusif. Korelasi dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai bagaimana fenomena dakwah di media sosial terhadap perubahan perilaku beragama.

4. M. Herry dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Islam di Whatsapp Terhadap Perilaku Beragama Mahasiswa Program Studi Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Umsu Medan”.Tesis.Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis korelasi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antar variabel yaitu pengaruh pesan dakwah Islam di Whatsapp terhadap perilaku beragama. Korelasinya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai pengaruh dakwah media sosial akan tetapi variable X pada penelitiannya sebatas pesan dakwah yang dilakukan di whatsapp.

**Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian**

No	SKRIPSI/TESIS/ JURNAL	PERSAMAAN	PERBEDAAN	ORISINALITAS PENELITIAN
1	Alfin Khosyatillah,”Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)”, 2018.	Sama-sama meneliti perilaku beragama  Subjek penelitian menggunakan Mahasiswa Pendekatan yang digunakan	Fokus penelitian ini adalah dampak media sosial  Lokasi peneitian	Konten Dakwah Media Sosial dan implikasinya terhadap perilaku beragama kaum millenial (studi kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)

		adalah penelitian kualitatif		
2	Dhesty Virlana,” Metode Dakwah dan Perubahan Perilaku Kegamaan Jama’ah (Studi Pengembangan Majelis Ta’lim Al-Hikmah Desa Bulokarto)”,2019.	Membahas mengenai perilaku beragama	Penelitian ini berfokus pada metode dakwah  Subjek dan lokasi penelitian berbeda	Konten Dakwah Media Sosial dan implikasinya terhadap perilaku beragama kaum millenial (studi kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)
3	M. Herry,”Pengaruh Pesan Dakwah Islam di Whatsapp terhadap Perilaku Beragama Mahasiswa Program Studi Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Umsu Medan”,2018	Objek penelitiannya perilaku beragama  Subjek penelitian adalah mahasiswa	Fokus penelitan pesan dakwah di whatsapp  Lokasi penelitian  Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif	Konten Dakwah Media Sosial dan implikasinya terhadap perilaku beragama kaum millenial (studi kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)
4	Faizah Zahra Safitri dan M. Ridwan Said Ahmad,” Dampak Dakwah Di Media	Fokus penelitian membahas tentang dakwah	Subjek penelitian dan lokasi penelitian	Konten Dakwah Media Sosial dan implikasinya terhadap perilaku

	Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar”,2021.	media sosial dan perilaku beragama	dilakukan ditempat berbeda	beragama kaum millenial (studi kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)
--	--	------------------------------------	----------------------------	--

Dengan demikian, yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada focus penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, dan pendekatan penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas dampak media sosial, metode dakwah, dakwah media sosial, dan pesan dakwah di *whatasapp* . Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “ Konten Dakwah Media Sosial Dan Implikasinya Terhadap Perilaku Beragama Kaum Millenial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)”

## **F. Definisi Istilah**

### **1. Tipologi**

Tipologi merupakan ilmu yang mempelajari mengenai pengelompokan sesuatu berdasarkan tipe atau jenis secara lebih spesifik. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan tipologi

konten dakwah media sosial adalah pengelompokan konten-konten dakwah media sosial berdasarkan jenis tertentu.<sup>10</sup>

## 2. Konten Dakwah

Konten dalam KBBI diartikan sebagai “Informasi yang termuat dalam media atau produk elektronik.” Adapun dakwah merupakan kegiatan untuk menyeru atau mengajak seseorang atau sekelompok orang ke jalan kebaikan yang sesuai dengan ajaran-ajaran Islam dan mencegah dari adanya kemunkaran. Berdasarkan definisi tersebut, maka konten dakwah adalah informasi tentang keislaman yang bertujuan untuk mengajak umat menuju jalan kebaikan yang dimuat dalam media elektronik.

## 3. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah wadah komunikasi berbasis internet yang memungkinkan penggunaanya untuk saling berkomunikasi, berbagi informasi, publikasi diri bahkan media promosi dengan jarak yang tak terbatas.

## 4. Perilaku Beragama

Perilaku beragama adalah segala tindakan atau aktivitas yang dilakukan seseorang yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

## 5. Kaum Millennial

Kaum Millennial adalah generasi baru atau modern yang lahir pada masa perkembangan teknologi sehingga kaum millennial sangat mudah

---

<sup>10</sup> M. Samson Fajar, “Tipologi Organisasi Dakwah,” *AL-IDZAAH: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 01 (2020): 78.

menerima dan menggunakan teknologi baru yang diperkirakan lahir sekitar tahun 1980- 2000 an.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Penelitian yang peneliti tulis dengan judul “Konten Dakwah Media Sosial dan Implikasinya Terhadap Perilaku Beragama Kaum Millenial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang), memiliki sistematika pembahasan sebagai berikut :

### **Bab I : Pendahuluan**

Pendahuluan adalah bagian paling awal dalam skripsi yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, definisi istilah, serta sistematika pemabahsan.

### **Bab II : Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan bagian dalam skripsi yang membahas mengenai teori-teori yang menjadi landasan bagi penelitian. Adapun kajian pustaka pada penelitian ini membahas mengenai pengertian dakwah, fungsi dan tujuan dakwah, komponen-komponen dakwah, pengertian media sosial dan jenis-jenis media sosial, konten dakwah media sosial, pengertian perilaku beragama, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku beragama, bentuk-bentuk perilaku beragama , serta pengertian dan ciri-ciri kaum millenial.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Bab III, berisi penjelasan mengenai metodologi penelitian seperti pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran penelitian, lokasi penelitian, data

dan sumber data, teknik dan instrument pengumpulan data, analisis penelitian, serta keabsahan data, dan prosedur penelitian.

#### **Bab IV : Hasil Penelitian**

Bab IV, berisi paparan data dan temuan-temuan penelitian baik berupa data umum dan data khusus.

#### **Bab V : Pembahasan**

Bab V, merupakan bagian dalam skripsi yang berusaha untuk untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menafsirkan temuan penelitian.

#### **Bab VI : Penutup**

Bab IV, merupakan bagian akhir penelitian yang berisi mengenai kesimpulan hasil penelitian dan saran.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa arab yaitu دعا - يدعو - دعوة yang berarti menyeru, memanggil, mengajak dan mengundang.<sup>11</sup> Menurut Ali Mafudz dakwah adalah pemberian motivasi kepada umat manusia agar mereka mengikuti petunjuk dan mengajak untuk melakukan perbuatan yang *ma'ruf* dan mencegah perbuatan yang mungkar, sehingga mendapatkan kebaikan di dunia dan di akhirat.<sup>12</sup>

Dakwah menurut HSM. Nasaruddin Latif yaitu setiap kegiatan yang dilakukan melalui lisan maupun tulisan yang sifatnya menyeru, mengajak, dan memanggil umat untuk beriman dan taat kepada Allah SWT, sesuai dengan ketentuan aqidah, syariat, dan akhlaq Islamiyah.<sup>13</sup>

Adapun, M. Arifin mendefinisikan makna dakwah secara lebih terperinci yaitu sebuah usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, serta tanpa paksaan, baik melalui lisan, tulisan, maupun tingkah laku untuk

---

<sup>11</sup> Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*,2

<sup>12</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, ed. Adriyani Kamsyah (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010),16

<sup>13</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, ed. Robiatul Adawaiyah (Surabaya, 2013),3

mengajak seseorang maupun sekelompok orang agar mampu untuk mengerti, menghayati, menyadari, dan mengamalkan ajaran agama.<sup>14</sup>

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan sebuah usaha untuk menyeru serta mengajak seseorang maupun sekelompok orang sehingga mereka dapat memahami dan menghayati ajaran dan nilai-nilai Islam dengan baik agar dapat meraih kesejahteraan hidup dunia dan akhirat. Dakwah bertujuan untuk menjalankan *amar ma'ruf nahi mungkar* yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran, sebagaimana yang telah disebutkan dalam firman Allah, Q.S. Ali Imran ayat 104:

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya :” Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.

Berdasarkan ayat tersebut, para ulama sepakat bahwa hukum berdakwah adalah wajib. Akan tetapi, terdapat perbedaan pendapat dalam memaknai sifat wajib ini yaitu wajib bagi setiap individu (*fardu 'ain*) dan wajib bagi sekelompok orang (*fardu kifayah*).<sup>15</sup> Perbedaan argumentasi

---

<sup>14</sup> Eko Sumadi, 'Dakwah Dan Media Sosial : Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi', AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 4.1 (2016), 176.

<sup>15</sup> Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*.,27

mengenai tingkat kewajiban berdakwah di antara para ulama memiliki dasar yang kuat.

Kelompok ulama yang menyatakan bahwa hukum dakwah adalah *fardu kifayah* berpendapat bahwa tidak semua umat muslim memiliki kompetensi dan keahlian dalam berdakwah, sedangkan dalam proses penyampaiannya membutuhkan metode, pendekatan, kebijaksanaan, wawasan dan kedalaman ilmu agama Islam.<sup>16</sup> Sehingga, apabila dalam suatu umat telah terdapat segolongan orang yang melaksanakan dakwah dengan baik, maka gugurlah kewajiban dakwah bagi sebagian yang lainnya.

Adapaun ulama yang menyatakan bahwa dakwah hukumnya adalah *fardu 'ain*, berdasarkan kepada kewajiban bagi setiap muslim untuk saling mengajak kepada kebaikan dan mencegah adanya kemungkaran.<sup>17</sup> Sehingga, akan terciptanya masyarakat yang saling menjaga dan mengajak kepada kebaikan dan menghindari hal-hal negatif.

## **2. Fungsi dan Tujuan Dakwah**

Pada masa pra Islam, dimana masyarakat pada masa itu berada dalam zaman kebodohan, Rasulullah SAW menerima perintah untuk berdakwah kepada masyarakat arab untuk menuntun mereka agar beriman kepada Allah SWT, mengeluarkan dari jalan kekafiran, dan membenahi moral masyarakat Arab, dan membina masyarakat arab agar dapat senantiasa

---

<sup>16</sup> Muhammad Choirin, "Hukum Dakwah Dalam Surat Ali Imran :104 Perspektif Mufassir Klasik Dan Modern" 9 (2021): 347–366.

<sup>17</sup> Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*.,32

beramal shaleh. Tujuan dakwah berarti sesuatu yang menjadi harapan atau sesuatu yang ingin dicapai dari berlangsung nya komunikasi dakwah. Amin dan Mashur, membagi tujuan dakwah menjadi dua bagian yaitu secara umum dan secara khusus.<sup>18</sup> Secara umum, dakwah bertujuan agar manusia dapat meraih kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Adapaun tujuan dakwah secara khusus, ditinjau dari segi objek dakwah atau *mad'u*, sebagai berikut :

- a) Meningkatkan ketaatan kepada Allah SWT dalam diri seorang muslim serta membentuk pribadi muslim yang berakhlakul karimah
- b) Membentuk keluarga yang Sakinah
- c) Mewujudkan masyarakat yang damai, tentram, dan sejahtera dalam lingkup islaman
- d) Membentuk tatanan masyarakat dunia yang penuh dengan keadilan, ketenangan , dan kedamaian tanpa diksominasi atau ekspoitasi.<sup>19</sup>

Dari segi materi dakwah, tujuan dakwah meliputi :

- a) Tujuan akidah yaitu menanamkan keyakinan yang kuat dalam setiap diri manusia
- b) Tujuan akhlak yaitu membentuk muslim yang bermoral dan mempunyai akhlak yang mulia

---

<sup>18</sup> M Rosyid Ridla, Afif Rifa'i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ed. Ihsan Rahmat and Bayu Mitra A. Kusuma (D.I Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017).,34

<sup>19</sup> Ibid.,

- c) Tujuan hukum yaitu membentuk pribadi muslim yang senantiasa melaksanakan hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah SWT.<sup>20</sup>

### 3. Komponen-komponen Dakwah

#### a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah adalah seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dakwah Islam. Wahyu Ilahi, dalam bukunya yang berjudul komunikasi dakwah Islam menyebutkan bahwa komunikator dakwah, dikelompokkan menjadi dua, sebagai berikut :

- 1) Secara umum yaitu seorang muslim yang *mukallaf*, yang memiliki kewajiban untuk melaksanakan misi dakwah sebagai umat Islam sesuai dengan perintah “ sampaikanlah walau satu ayat”
- 2) Secara khusus, yaitu orang yang memiliki keahlian khusus dalam Agama Islam yaitu para ulama.<sup>21</sup>

Sejatinya setiap muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah dalam ruang lingkup yang lebih kecil sesuai dengan kemampuannya. Dalam ruang lingkup yang lebih luas, seorang subjek dakwah dalam hal ini adalah seorang *dâ'i* yang berperan untuk menyebarkan pesan dakwah kepada umat Islam, harus memiliki kompetensi dan kedalaman ilmu. Tanggung jawab sebagai seorang *dâ'i* adalah menyampaikan seluruh pesan dakwah dengan sempurna, lengkap, dan komprehensif

---

<sup>20</sup> Ilahi, *Komunikasi Dakwah*.,25

<sup>21</sup> Ibid.,77

sehingga pesan dakwah dapat diterima dan menghasilkan pemahaman yang sempurna, apabila pesan dakwah yang disampaikan tidak sempurna dan parsial, maka akan menimbulkan pemahaman agama yang salah.

Oleh sebab itu, terdapat dua syarat yang semesitinya di miliki oleh seorang *dâ'i* yaitu *tafaqquh fii diin* yakni memahami materi dakwah (ilmu agama) serta mampu mengimplementasikannya kedalam kehidupan bermasyarakat sesuai dengan budaya setempat dan *tafaqquh fii naas* yaitu mampu untuk memahami kondisi sosio-kultural serta masalah-masalah yang dihadapi oleh objek dakwah.<sup>22</sup>

#### **b. Objek Dakwah**

Objek dakwah atau *mad'u* adalah mereka yang menerima segala informasi atau pesan dakwah Islam yang terdiri dari satu orang maupun sekelompok orang, laki-laki atau perempuan, serta anak-anak maupun orang dewasa, baik islam maupun non-islam.<sup>23</sup> Siapapun dapat menjadi sasaran dalam berdakwah, oleh sebab itu sebelum melaksanakan aktivitas dakwah, seorang *dâ'i* harus mampu memahami dengan baik kondisi objek dakwah baik dari tingkat pengetahuan kualitas keagamaan, latar belakang ekonomi, budaya, norma kehidupan serta kebiasaannya.<sup>24</sup> Dengan mengetahui kondisi sosiologi *mad'u* maka

---

<sup>22</sup> Ridla, Rifa'i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah*.,35

<sup>23</sup> Sumadi.,183.

<sup>24</sup> Ilahi, *Komunikasi Dakwah*.,87

*dâ'i* akan dapat menentukan metode dan pendekatan yang tepat dalam berdakwah, sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pihak *mad'u*.

Menurut Muhammad Abduh, *mad'u* dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, sebagai berikut :

- 1) Kelompok cerdik cendikiawan, adalah mereka yang memiliki kemampuan untuk berfikir kritis, mencintai kebenaran, serta cepat tanggap dalam memahami sebuah masalah
- 2) Kelompok awam, adalah orang-orang yang belum mampu untuk memahami pengertian tingkat tinggi, dan belum mampu untuk berfikir secara kritis
- 3) Kelompok yang berbeda dengan dua kelompok sebelumnya, yaitu mereka yang tertarik untuk membahas sesuatu tetapi tidak mampu membahas secara mendalam dan hanya dalam batasan-batasan tertentu.<sup>25</sup>

### c. Materi Dakwah

Materi dakwah atau *maddah* adalah seluruh ajaran agama Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah, yang berusaha disampaikan oleh *dâ'i* kepada *mad'u* untuk mencapai tujuan dakwah.<sup>26</sup>

Agar ajaran agama Islam dapat tersampaikan dengan tepat, maka dibutuhkan keahlian dari para *dâ'i* dan kemauan untuk terus belajar

---

<sup>25</sup> Ilaihi.,90-91

<sup>26</sup> Ridla, Rifa'i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah*.,38

memahami makna dan kandungan pada Al-Qur'an dan Hadits, mempunyai khazanah pengetahuan islam yang luas, serta mempelajari kondisi sosial dan mengetahui siapa yang menjadi sasaran dakwah.

Menurut Wilbur Schramm, terdapat hal-hal yang harus diperhatikan oleh seorang komunikator yaitu orang yang hendak menyampaikan pesan kepada orang lain, sebagai berikut :

- 1) Pesan yang ingin disampaikan harus dirancang dengan baik dan mampu menarik perhatian
- 2) Pesan menggunakan symbol yang sama, hal ini berarti pesan harus disampaikan dengan bahasa yang sama, sehingga komunikator dan komunikan memiliki pengertian dan pemahaman yang sama
- 3) Pesan mampu untuk membangkitkan kebutuhan para penerima pesan
- 4) Pesan yang disampaikan mampu memberikan sebuah solusi.<sup>27</sup>

Dalam bukunya yang berjudul *psychology of the audience*, Hollingsworth menyebutkan bahwa sebuah pesan dapat dikatakan baik sehingga mampu mempengaruhi khalayak apabila telah memenuhi lima kriteria yaitu perhatian, minat, kesan, keyakinan, dan pengarahan.<sup>28</sup>

Secara umum, materi dakwah yang merupakan ajaran-ajaran Islam, diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok sebagai berikut :

---

<sup>27</sup> Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*.,68

<sup>28</sup> Ibid.

- 1) *Aqidah* yang meliputi pembahasan seputar keimanan kepada Allah, Malaikat, kitab-kitab Allah, Rasul-rasul Allah, hari akhir serta kepada qadha dan qadar
- 2) *Syariah*, yang meliputi masalah ibadah serta masalah muamalah yang terbagi menjadi dua bagian yaitu :
  - a. Hukum perdata (*Al-qanunul khas*) seperti hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris
  - b. Hukum publik (*Al-qanunul 'am*) seperti hukum pidana, hukum negara, serta hukum perang dan damai.
- 3) *Akhlak*, yang meliputi akhlak terhadap Allah SWT dan akhlak kepada makhluk Allah SWT ( manusia, hewan, dan tumbuhan, dan sebagainya).<sup>29</sup>

Dalam pendapat lain, Ali Yafie menyebutkan bahwa materi dakwah Islam terbagi menjadi lima masalah pokok yaitu :

- 1) Masalah kehidupan, yang meliputi masalah kehidupan di dunia dan kehidupan dan kehidupan di akhirat
- 2) Masalah manusia, yaitu penempatan manusia pada posisi yang mulia dan wajib dilindungi meliputi masalah mas'um (hak-hak manusia) dan mukhallaf yaitu kehormatannya sebagai wakil Allah yang ada di bumi

---

<sup>29</sup> Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*.,71

- 3) Masalah harta benda, yang berkaitan dengan pemanfaatan harta benda bagi kehidupan manusia dan kemaslahatan umat
- 4) Masalah ilmu pengetahuan, yang berkaitan dengan pentingnya ilmu pengetahuan
- 5) Masalah akidah, yang berkaitan dengan kepercayaan dan keimanan.<sup>30</sup>

Penyampaian materi dakwah yang termasuk dalam kriteria baik adalah materi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan objek dakwah, yang tidak hanya berkaitan dengan masalah akhirat namun juga masalah-masalah dunia. Sehingga adanya kegiatan dakwah mampu untuk membantu menyelesaikan berbagai persoalan duniawi.<sup>31</sup>

#### **d. Media dakwah**

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang artinya tengah, pengantar, atau perantara.<sup>32</sup> Menurut *Assosiation for Educational Communications and Technology*, media adalah segala sesuatu yang difungsikan untuk menyampaikan informasi.<sup>33</sup> Sehingga yang dimaksud dengan media dakwah adalah segala bentuk perantara yang berfungsi membantu subjek dakwah (*dâ'i*) untuk menyampaikan

---

<sup>30</sup> Ilahi, *Komunikasi Dakwah*.,103

<sup>31</sup> Ridla, Rifa'i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah*.,40

<sup>32</sup> Andi Kristanto, *Media Pembelajaran* (Surabaya: Penerbit Bintang Surabaya, 2016).,4

<sup>33</sup> Ibid.

materi dakwah sehingga isi pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik oleh objek dakwah (*mad'u*).

Jika ditinjau dari banyaknya jumlah sasaran dakwah, media dibagi menjadi dua yaitu media non-massa yang digunakan untuk kelompok tertentu dan media massa yang digunakan untuk sasaran dakwah yang berjumlah banyak dan luas.<sup>34</sup> Media massa memiliki beberapa kelebihan yaitu, dapat disimpan dan di baca berulang kali, didokumentasikan, dijadikan bahan kajian dan diskusi, serta memuat pesan-pesan yang actual.<sup>35</sup> Media massa dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu media cetak dan media elektronik.<sup>36</sup>

- 1) Media cetak merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan dalam berdakwah, proses penyampaian materi-materi dakwah disampaikan melalui tulisan-tulisan yang termuat dalam buku, surat kabar, majalah, jurnal, stiker, pamflet, brosur, poster, bulletin dan sebagainya.
- 2) Media elektronika adalah alat-alat perantara yang cara kerjanya berkaitan dengan tenaga listrik. Media elektronik dibagi menjadi beberapa jenis, sebagai berikut :
  - a) Media audio adalah sebuah sarana untuk menyampaikan materi-materi dakwah dengan memanfaatkan fungsi indra

---

<sup>34</sup> Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, 105-106

<sup>35</sup> Meisil B. Wulur, "Pemilihan Media Untuk Dakwah," *Jurnal Al-Nashihah* 1, no. 2 (2017): 73.

<sup>36</sup> H Suarin Nurdin, "Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Dakwah," *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial* 16, no. 2 (2018): 54.

pendengaran. Adapun bentuk-bentuk media audio, seperti radio, CD, pita rekaman dan tape recoder.

- b) Media visual adalah alat yang digunakan sebagai perantara penyampai materi dakwah Islam yang memanfaatkan fungsi indra penglihatan dengan menampilkan gambar-gambar maupun tulisan yang disalurkan melalui lensa proyektor. Adapun bentuk-bentuk media visual yang dapat digunakan dalam berdakwah seperti film slide, overhead proyektor, gambar dan foto.
- c) Media audio visual yaitu sebuah perantara untuk menyampaikan materi dakwah Islam yang memanfaatkan fungsi indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Media audiovisual dapat berupa film dan televisi.
- d) Media internet merupakan jaringan yang terdiri ribuan komputer yang mampu menghubungkan dan menjangkau jutaan orang. Pada masa perkembangan teknologi dan informasi, internet menjadi salah satu alat komunikasi yang cukup efektif dan cepat. Internet dapat menjadi sebuah sarana dalam kegiatan dakwah Islam, beberapa keunggulan yang dimiliki internet sebagai sebuah media dakwah, sebagai berikut :<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Ilahi, *Komunikasi Dakwah*.,108

- Jangkauan dakwah menjadi lebih luas tanpa terhambat kondisi geografis dan kultural
- Pesan dakwah Islam dapat tersampaikan dengan cepat dan dapat diakses seluruh kalangan
- Tidak memiliki batasan ruang dan waktu
- Membuka kesempatan untuk dapat membuka dialog keagamaan.

#### e. Metode dakwah

Secara bahasa, metode berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari padanan kata *meta* yang berarti melalui dan *hodos* yang artinya jalan. Dalam bahasa arab metode dikenal dengan *thariq*.<sup>38</sup> Secara istilah metode merupakan cara-cara yang telah ditentukan dengan berdasarkan proses pemikiran guna mencapai sebuah tujuan.<sup>39</sup>

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa metode dakwah adalah serangkaian cara dan startegi yang ditempuh oleh seorang subjek dakwah (*dâ'i*) dalam melaksanakan kegiatan dakwah kepada objek dakwah (*mad'u*) agar tercapainya tujuan dakwah. Dalam Q.S. An-Nahl (16) : 125, telah dijelaskan beberapa metode dakwah Islam.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Sri Maullasari, "Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam ( BKI )," *Dakwah* 20, no. 1 (2019): 133.

<sup>39</sup> M Munir et al., *Metode Dakwah*, ed. Munzier Suparta and Harjani Hefni, Edisi Revi. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009).,7

<sup>40</sup> "Qur'an Kemenag," *Kementrian Agama*, <https://quran.kemenag.go.id/surah/3/104>.

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

Artinya :” Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan penagajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk. “

Berdasarkan ayat tersebut dijelaskan bahwa metode dakwah dibagi menjadi tiga cakupan yaitu :

#### 1) *Bil-hikmah*

Pengertian hikmah menurut Ibnu Qoyim sebagaimana yang disebutkan oleh Mujahaid dan Malik yaitu pengetahuan tentang kebenaran dan pengamalannya, ketepatan dalam perkataan dan pengamalannya. Hal ini tidak dapat dicapai kecuali dengan memahami Al-Qur’an, dan mendalami syariat-syariat Islam serta hakikat iman.<sup>41</sup>

Adapun dalam pendapat lain Prof. Drs. Marsekan Fatawi menjelaskan bahwa hikmah adalah dakwah dengan memperhatikan keadaan sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan

---

<sup>41</sup> Munir et al., *Metode Dakwah*.,10

sasaran dakwah sehingga mereka tidak akan keberatan dan terpaksa dalam menjalankan ajaran agama Islam.<sup>42</sup>

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dipahami bahwa metode *bil hikmah* adalah sebuah metode dalam menyampaikan dakwah Islam yang menitikberatkan pada kebijaksanaan *dâ'i* untuk dapat memilih teknik dakwah yang tepat sesuai dengan keadaan dan kondisi *mad'u*, dan menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan jelas dan benar disertai dengan argument, dan dalil-dalil yang masuk akal dan bahasa yang komunikatif. Oleh sebab itu, maka dakwah dengan metode *bil hikmah* tidak terbatas pada tulisan, namun juga arugumentasi dan penalaran, serta dengan suri tauladan, hal ini tergantung kepada siapa dakwah disampaikan.

## 2) *Al-Mau'idza Al-Hasanah*

Menurut Abdul Hamid Al-Bilali metode dakwah *al-mau'idza al-hasanah* yakni metode dakwah dengan menyampaikan nasihat untuk menuntun ke jalan Allah atau membimbing dengan lemah lembut agar sasaran dakwah melakukan perbuatan baik.<sup>43</sup>

Dalam pendapat lainnya dijelaskan bahwa *al-mau'idza al-hasanah* adalah perkataan yang mengandung kelembutan dan kasih sayang tanpa melecehkan, menyudutkan, menyalahkan, sehingga perkataan tersebut mampu menyentuh dan melunakkan hati yang

---

<sup>42</sup> Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*,105

<sup>43</sup> Munir et al., *Metode Dakwah*.

keras dan sulit dikendalikan.<sup>44</sup> Selain berupa nasihat-nasihat dalam mau'idzah hasanah pesan-pesan dakwah yang disampaikan dapat berupa bimbingan dan pengajaran, kisah-kisah, kabar gembira dan peringatan serta wasita atau pesan-pesan positif.<sup>45</sup>

Dalam penerapan metode *al-mau'idza al-hasanah* maka seorang da'I harus menggunakan tutur kata yang lembut dan tanpa adanya unsur menyinggung dan menyakiti objek dakwah, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan mampu menyentuh relung hati, diresapi dengan baik sehingga mampu memotivasi objek dakwah untuk menjadi muslim yang baik, untuk itu *dâ'i* hendaknya memperlihatkan perasaan dekat dan penuh kasih sayang dengan objek dakwah.

### 3) *Al-Mujadalah Bi al-Lati Hiya Ahsan*

Pengertian *mujadalah* secara terminologi merupakan sebuah upaya dari dua orang untuk saling berargumentasi tanpa melahirkan permusuhan.<sup>46</sup> Metode *mujadalah* adalah sebuah jalan dalam berdakwah untuk menyampaikan kebenaran dengan cara bertukar pendapat (diskusi) dan mempertahankan argumentasi dengan disertai bukti yang kuat. Meskipun dalam metode ini dakwah

---

<sup>44</sup> Mahmuddin Mahmuddin, Subekti Masri, and Wahyuni Husain, "Metode Dakwah Mauidzah Al-Hasanah Untuk Meningkatkan Konsep Diri Siswa MTsN Model Palopo," *Irsyad : Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, dan Psikoterapi Islam* 8, no. 3 (2020): 292.

<sup>45</sup> Munir et al., *Metode Dakwah*, 16

<sup>46</sup> *Ibid.*, 18

disampaikan dengan saling beradu pendapat namun dalam pelaksanaannya harus dilandasi dengan kebaikan. Artinya seorang *dâ'i* harus meluruskan pendapat-pendapat yang tidak tepat dengan bantahan yang sopan, santun, dan tidak arogan sehingga tidak akan menyakiti lawan bicara. Dakwah dengan metode mujadalah pada prinsipnya tidak untuk membuktikan siapa yang paling kuat dan lemah atau mencari pemenang, namun mempertahankan dan membenarkan kegiatan dakwah.<sup>47</sup>

Dalam melaksanakan kegiatan dakwah, seorang subjek dakwah harus memperhatikan siapa yang menjadi objek dakwah dan materi dakwah apa yang akan disampaikan sehingga pemilihan metode dapat disesuaikan. Metode dakwah yang relevan untuk digunakan oleh *dâ'i* dalam menghadapi objek dakwah yang merupakan kawula muda, sebagai berikut :<sup>48</sup>

#### 1) Metode Tanya Jawab

Kaum muda terutama pada usia remaja memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, dengan metode ini remaja dapat menyampaikan problem-problem yang dihadapi sehingga *da'i* dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui jawaban-jawaban atas pertanyaan tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka.

---

<sup>47</sup> Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 49

<sup>48</sup> Akhmad Sukardi, "Metode Dakwah Dalam Menangani Problematika Remaja," *Al-Munzir* 9, no. 1 (2016): 24–27.

## 2) Metode Diskusi

Metode diskusi merupakan usaha untuk saling bertukar pendapat dalam sebuah forum, dengan ini para kaum muda yang mempunyai daya fikir kritis mampu menyampaikan argumentasinya, dan peran *da'i* adalah memimpin dan memberikan kesimpulan yang benar berdasarkan masalah yang dibahas.

## 3) Metode *Uswatun Hasanah*

Salah satu metode yang efektif digunakan kegiatan dakwah adalah dengan menjadi *uswatun hasanah* baik dalam bersikap dan berperilaku. Dalam menyampaikan pesan dakwah Islam, selain dengan teori dan ucapan, maka seorang *da'i* hendaknya memberikan contoh perilaku yang baik yang akan diikuti dan ditiru oleh mad'u. Sebagaimana yang disebutkan dalam kaidah arab :<sup>49</sup>

لِسَانُ الْحَالِ أَفْصَحُ مِنْ لِسَانِ الْمَقَالِ

Artinya : “Bukti sikap dan perbuatan lebih baik dari ucapan”

## 4) Metode dakwah dengan melibatkan sarana teknologi

Perkembangan teknologi yang kian pesat dapat dimanfaatkan menjadi metode dalam melaksanakan aktivitas dakwah Islam, dengan memanfaatkan media seperti televisi, atau internet. Muhammad Qadaruddin Abdullah dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Dakwah menyebutkan bahwa metode dakwah

---

<sup>49</sup> Aldiawan, “Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja,” *Al-Mishbah* 16, no. 1 (2020): 52.

dengan melibatkan sarana teknologi dan informasi dapat dilakukan dengan dakwah *bil al-kitabah*, dakwah *bil al-lisan*, dan dakwah *bil al-hal*.<sup>50</sup>

5) Metode dakwah melalui sarana olahraga dan seni

Kegiatan berdakwah dan penyampaian pesan-pesan dakwah Islam dapat dilakukan melalui kegiatan olahraga maupun seni seperti menciptakan lagu-lagu yang berisikan syair-syair Islam, mengadakan pertunjukan pentas atau drama Islami, dan sebagainya.

## **B. Media Sosial**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Menurut Shirky sebagaimana yang dikutip oleh Rulli Nasrullah, media sosial dan perangkat lunak merupakan “alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi”.<sup>51</sup>

Media sosial termasuk dalam kategori media baru yang mewadahi para penggunanya untuk dapat saling melakukan interaksi sosial seperti berbagi informasi, berkomunikasi, membangun kerja sama, mencari pekerjaan, dan aktivitas lainnya tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

---

<sup>50</sup> Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 64

<sup>51</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif, Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*, ed. Nunik Siti Nurbaya (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016).

## 2. Jenis-jenis Media Sosial

Media sosial memiliki beragam jenis dengan kegunaan, baik itu sebagai sarana berkomunikasi maupun menyebarkan informasi dan hiburan seperti seperti tik-tok, youtube, dan Instagram, dan lainnya. Secara umum media sosial dapat diklasifikasikan menjadi enam jenis, yaitu :<sup>52</sup>

### a) Media jejaring sosial (*Social networking*)

Salah satu jenis media sosial yang paling banyak digunakan dan paling populer adalah social networking. Media jejaring sosial memiliki sarana untuk membublikasikan konten, profil, aktivitas, menyediakan ruang untuk saling berinteraksi dan melakukan hubungan sosial, selain itu terdapat pula fitur “ wall” yang dipakai untuk mengungkapkan perasaan dan keadaan para penggunanya, dengan sosical networking pula para penggunanya bisa melakukan publikasi riwayat hidup dan pekerjaan. Contoh dari media social networking seperti facebook, Instagram, LinkedIn.com

### b) Jurnal online (*blog*)

Blog merupakan salah jenis media sosial yang membuka ruang bagi para penggunanya untuk menuliskan aktivitas harian, saling memberikan komentar, berbagi informasi, tautan web, dan lainnya. Jenis blog dibedakan menjadi dua yaitu *personal homepage* dimana pemilik menggunakan nama domain sendiri dan yang kedua

---

<sup>52</sup> Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi* (Karawang, n.d.),3

menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog misalnya wordpress dan blogspot. Rosen menjelaskan bahwa blog telah menjadi sarana pemberitaan yang mampu menyaingi media massa lain.<sup>53</sup>

c) Jurnal online sederhana (*microblogging*)

Microblogging merupakan media sosial yang menyediakan sarana bagi para penggunanya untuk mengunggah aktivitas, menyebarkan informasi, menulis pendapat serta pandangan terkait isu-isu hangat yang dibahas kepada pengguna lain. Media sosial dengan jenis microblogging yang paling banyak digunakan yaitu Twitter.

d) Media berbagi (*Media sharing*)

Media sosial yang menyediakan fasilitas bagi para penggunanya untuk saling menyimpan dan membagikan dokumen, video, audio, foto, dan lainnya disebut dengan media sharing. Beberapa contoh dari media sharing seperti YouTube, Photo-bucket, Snapfish, TikTok, Whatsapp, Telegaram, dan lainnya.<sup>54</sup>

e) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Social bookmarking merupakan media sosial yang digunakan untuk mencari, mengelola, mengorganisasi, dan menyimpan informasi atau berita secara online.<sup>55</sup>

f) Wiki

---

<sup>53</sup> Nasrullah, *Media Sosial Perspektif, Komunikasi, Budaya, Dan Sisioteknologi*.,41

<sup>54</sup> Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi ( Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House )," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019) hal 73.

<sup>55</sup> *Ibid.*

Wikipedia merupakan media sosial yang memiliki fungsi seperti ensiklopedia atau kamus yang menyediakan berbagai informasi seperti pengertian, sejarah, rujukan buku, hingga tautan tentang satu kata kepada para penggunanya.<sup>56</sup>

### C. Konten Dakwah Media Sosial

Konten adalah “informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.”<sup>57</sup> Konten dakwah media sosial berarti segala informasi yang berisi tentang ajaran-ajaran Islam yang disampaikan dan dimuat dalam berbagai media sosial dengan tujuan untuk mengajak orang lain agar beriman dan bertakwa kepada Allah SWT.

Konten dakwah media sosial yang sering kali dijumpai di media sosial, memiliki jenis yang bermacam-macam seperti tulisan (status, *quotes*, artikel), gambar (foto, infografis, GIF), Audio (podcast), maupun video. Konten-konten dakwah yang termuat dalam media sosial harus bersifat actual, factual, dan kontekstual.<sup>58</sup> Aktual berarti bahwa pesan-pesan atau informasi yang dibawakan oleh *da'i* bertujuan untuk memecahkan masalah, factual berarti kegiatan dakwah dilakukan secara nyata, dan kontekstual berarti pesan-pesan yang disampaikan relevan dengan masalah yang tengah dihadapi masyarakat.

---

<sup>56</sup> Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*,3.

<sup>57</sup> “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring,” *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, 2022), <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>.

<sup>58</sup> *Ibid.*,

#### **D. Dampak Konten Dakwah Media Sosial**

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam menyampaikan dakwah Islam membawa dampak bagi diri manusia. Dengan media sosial cakupan dakwah menjadi lebih luas, dan penyampaian dakwah menjadi lebih cepat. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial menjadi lebih fleksibel sehingga dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Dakwah yang disampaikan melalui media sosial membawa dampak positif dan negatif. Salah satu dampak positif dari adanya dakwah melalui media sosial seperti memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk dapat mempelajari dan menggali informasi keagamaan tanpa terhalang oleh jarak dan waktu.<sup>59</sup> Dakwah melalui media sosial juga dapat menumbuhkan motivasi dalam diri seseorang untuk meningkatkan religiusitas keagamaan yang ada dalam diri seseorang baik secara vertikal maupun horizontal, misalnya meningkatkan kedisiplinan dalam beribadah dan lebih menjaga sikap dan tata krama.<sup>60</sup>

Dampak negatif dari adanya konten dakwah di media sosial yaitu menciptakan peluang terjadinya kesalahan dalam memahami ajaran agama hal ini disebabkan karena tidak adanya guru yang mengarahkan secara langsung. Seseorang yang menyaksikan konten dakwah tanpa diiringi

---

<sup>59</sup> Faizah Zahra. M Ridwan Sasid Ahmad Safitri, "Dampak Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon," *Journal of Sociology Education Review* 1, no. 3 (2021): 3.

<sup>60</sup> Anastya Zalfa et al., "Dampak Konten Dakwah Media Sosial Terhadap Perkembangan Religiusitas Mahasiswa PAI UNJ," *Al-IDZA 'AH* 4, no. 1 (2022): 10–12.

dengan sikap kritis maka akan mudah baginya untuk menerima segala bentuk ajaran-ajaran agama Islam yang belum tentu kebenarannya. Oleh sebab itu, maka penting bagi seseorang yang menerima ajaran-ajaran Islam melalui konten dakwah untuk melakukan pengecekan atau kajian ulang mengenai informasi yang didapatkan.<sup>61</sup>

## **E. Perilaku Beragama**

### **1. Pengertian Perilaku Beragama**

Perilaku beragama tersusun dari dua kata yakni perilaku dan beragama. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Menurut Gordon Allport perilaku adalah reaksi dari proses belajar yang diperoleh melalui pengalaman dan interaksi yang terjadi secara terus menerus dengan lingkungan.<sup>62</sup> Skinner dalam teori S-O-R, menjelaskan bahwa perilaku merupakan respon seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar.<sup>63</sup> Menurut Pavlov dan Skinner sebagaimana yang dikutip oleh S. Willis mendefinisikan perilaku sebagai sebuah reaksi terhadap rangsangan baik internal maupun eksternal.<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> Safitri, "Dampak Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon."

<sup>62</sup> Mufid and Alex Yusron Al Mufti, "Membentuk Perilaku Beragama Melalui Konsep Wahdat Al Wujud Dan Wahdat Ash Syuhud," *Esoterik: Jurnal Akhlak dan Tasawuf* 5, no. 1 (2019): 147.

<sup>63</sup> Telly P Ulviana Siwi, "Majalah Ilmiah Manajemen," *Majalah Ilmiah Manajemen* 09 (2020): 43.

<sup>64</sup> Husnani, "Pola Pembinaan Perilaku Beragama Pada Masyarakat Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2018).

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwasanya perilaku merupakan suatu perbuatan atau tindakan yang dilakukan seseorang yang dihasilkan dari adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri atau luar diri. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan luar turut mengambil peran dalam membentuk perilaku seseorang. Dalam teori psikologi *behaviourisme* dijelaskan bahwa perilaku manusia merupakan hasil belajar dari apa yang dilihat, didengar, dan dilakukan oleh lingkungan.<sup>65</sup>

Beragama berasal dari kata “agama” artinya acuan yang mampu mencegah terjadinya kekacauan dalam kehidupan manusia.<sup>66</sup> Definisi agama menurut Shihab sebagai berikut :<sup>67</sup>

“Agama adalah hubungan antara makhluk dengan Tuhan yang berwujud ibadah dan dilakukan dalam sikap keseharian. Agama merupakan naungan sakral yang melindungi manusia dari keputusasaan, kekacauan, dan situasi tanpa makna. Agama merupakan tumpuan dan harapan sosial yang dapat dijadikan problem solving terhadap berbagai situasi yang disebabkan oleh manusia sendiri”

Makna beragama menurut Jalaludin Rahmat adalah suatu kondisi yang berasal dari dalam diri manusia yang memotivasinya agar melakukan suatu

---

<sup>65</sup> Achmad Mubarak, Psikologi Dakwah, Cetakan Ketiga (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2002).

<sup>66</sup> Hamzah Khaeriyah, “Baiat Dan Perilaku Beragama,” *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* vol. 9, no.1 (2017): 306.

<sup>67</sup> Mufid and Al Mufti, “Membentuk Perilaku Beragama Melalui Konsep Wahdat Al Wujud Dan Wahdat Ash Syuhud.”,148

perbuatan berdasarkan ketaatannya kepada agama.<sup>68</sup> Abuddin Nata menjelaskan pengertian beragama sebagai berikut : “ Beragama adalah suatu peraturan Tuhan yang mendorong jiwa seseorang yang memiliki akal dengan kehendak dan pilihannya sendiri untuk mengikuti aturan tersebut, guna mencapai kebahagiaan hidupnya di dunia dan di akhirat”.<sup>69</sup> Beragama merupakan sebuah keyakinan yang ada didalam diri seseorang untuk melaksanakan dan tunduk terhadap seperangkat aturan dan ajaran-ajaran agama Islam.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku beragama adalah segala tindakan baik yang dapat dilihat oleh mata maupun yang tidak dapat dilihat, yang dilakukan oleh seseorang sesuai dengan aturan dan ajaran agama Islam untuk menjaga hubungan secara vertical maupun horizontal agar mencapai kebahagiaan hidup dan terhindari dari segala kekacauan.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku beragama**

Menurut Zakiyah Darajat, perilaku beragama seseorang dapat tidak hanya dipengaruhi oleh faktor bawaan namun juga perolehan. Hal ini berarti bahwa sesuatu diluar diri manusia juga turut untuk membentuk perilaku beragama seorang individu.<sup>70</sup> Pembentukan perilaku beragama didalam diri

---

<sup>68</sup> Husnani, “Pola Pembinaan Perilaku Beragama Pada Masyarakat Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya.”

<sup>69</sup> Abuddin Nata, *Metodelogi Studi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).,14

<sup>70</sup> Rohmalina Wahab, *Psikologi Agama* (Jakarta: Raja Grafindo, 2015).,161

seseorang, dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor yang muncul dalam diri seseorang dan faktor yang berasal dari luar diri seseorang.<sup>71</sup>

a) Faktor Internal (Dalam diri)

Faktor internal berangkat pada isitilah bahwa manusia adalah *homo religious* (makhluk beragama), ketika manusia dilahirkan, sejatinya manusia telah mempunyai potensi dan memiliki kecenderungan untuk menyembah kepada suatu dzat yang agung dan maha kuasa.<sup>72</sup> Hal ini berkaitan dengan apa yang disebut “fitrah” yaitu “bawaan sejak lahir” seperti yang disebutkan pada Q.S. Ar-Rum ayat 30 :<sup>73</sup>

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ تَالِكِ  
الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya :” Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam sesuai) fitrah (dari) Allah yang telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah (tersebut). Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”

Berdasarkan ayat tersebut, maka sejak diciptakan manusia telah memiliki potensi (fitrah) keberagamaan yang benar (agama tauhid),

---

<sup>71</sup> Maria Ulfah and Yuli Marlina, “Perubahan Perilaku Beragama Masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu Setelah Dijadikan Objek Pariwisata,” *MUTSAQQAFIN; Jurnal Pendidikan Islam dan Bahasa Arab* 1, no. 1 (2018): 6–8.

<sup>72</sup> Siti Makmudah, *Media Sosial Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja* (Bogor: Guepedia, 2019).

<sup>73</sup> “Qur’an Kemenag.”

sebagaimana yang dikutip dari website NuOnline, makna “fitrah” dalam ayat ini merupakan “agama Islam”, Sehingga manusia diminta untuk tidak mengubah fitrahnya atau berpaling dari ajaran tauhid yakni agama Islam. <sup>74</sup>Faktor-faktor dalam diri manusia yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu *nafs* (dorongan jiwa, *qalbu* (hati), nurani, akal, motivasi, fitrah dan syahwat. <sup>75</sup>

Berdasarkan hal tersebut, maka sejatinya manusia memiliki potensi dan kemampuan untuk memunculkan sikap dan mengolah serta memilih pengaruh-pengaruh dari luar diri manusia, sehingga menghasilkan perilaku, tidak serta merta dipengaruhi sepenuhnya oleh faktor eksternal. Hal ini sejalan dengan teori psikologi *humanistic* yang menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk yang memiliki kreativitas, nilai, makna, dan pertumbuhan pribadi.

Sehingga perilaku yang ditunjukkan oleh manusia, tidak sepenuhnya dikendalikan oleh lingkungan dan alam bawah sadar, tetapi pada konsep diri, dimana manusia selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas diri dan berusaha untuk bereaksi (merespon) stimulus sesuai dengan konsep dirinya. <sup>76</sup>

#### b) Faktor Eksternal (Luar diri)

---

<sup>74</sup> Imam Syamsudin, “Fitrah Manusia Adalah Bertauhid,” *Nu Online*, last modified 2022, <https://islam.nu.or.id/hikmah/fitrah-manusia-adalah-bertauhid-y4zF9>.

<sup>75</sup> Mubarak, *Psikologi Dakwah*, 63-71

<sup>76</sup> *Ibid.*, 60

Terbentuknya perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari luar diri. Adapun faktor-faktor tersebut, sebagai berikut :

### 1) Lingkungan Keluarga

Keluarga merupakan wadah pertama bagi seseorang untuk belajar, dari proses belajar inilah akan dibentuk perilaku beragama yang baik. Apabila keluarga selalu memberikan stimulus atau rangsangan keagamaan yang baik. Maka, akan terbentuk perilaku beragama yang baik dalam diri seseorang. Sebagaimana yang disebutkan dalam hadits Nabi Muhammad SAW:” Setiap anak dilahirkan dalam keadaan fitrah. Kemudian kedua orang tua nya lah yang akan menjadikan anak itu menjadi Yahudi, Nasrani, atau Majusi ” (HR. Bukhari dan Muslim dari Abu Hurairah).<sup>77</sup>

### 2) Lingkungan Masyarakat

Manusia adalah makhluk sosial, dimana dalam kehidupannya seseorang akan selalu berinteraksi dengan orang lain, adanya aktivitas kontak sosial dengan masyarakat akan mempengaruhi bagaimana cara pandang dan perilaku seseorang. Menurut Hurlock, adanya aturan atau standar dalam sebuah kelompok akan mempengaruhi moral dan tingkah laku anggota-anggota kelompoknya.

### 3) Lingkungan Lembaga Pendidikan

---

<sup>77</sup> Ulfah and Marlina, “Perubahan Perilaku Beragama Masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu Setelah Dijadikan Objek Pariwisata.”

Lembaga Pendidikan baik formal maupun non-formal merupakan tempat bagi terselenggarakannya proses pendidikan. Didalam aktivitas pendidikan terdapat proses belajar-mengajar yang bertujuan untuk mengembangkan segala potensi peserta didik baik dari segi fisik, psikis, sosial, dan moral spiritual. Dalam pandangan Hurlock, Lembaga Pendidikan (sekolah) adalah pengganti keluarga, dan pendidik (guru) merupakan pengganti orang tua sehingga lingkungan Lembaga Pendidikan juga turut mengambil peran dalam mempengaruhi kepribadian seseorang.<sup>78</sup>

4) Media komunikasi yang membawa misi agama

Media komunikasi merupakan salah satu sarana bagi seseorang untuk melakukan interaksi dengan hasil kebudayaan diluar kelompoknya. Apabila sesuatu yang termuat dalam media komunikasi merupakan hal-hal yang berkaitan dengan agama, maka akan membentuk perilaku beragama pula.

5) Kewibawaan seseorang

Seseorang yang memiliki prestasi tinggi, prestise, dan otoritas dalam masyarakat baik itu para pejabat maupun ulama, akan dijadikan masyarakat sebagai figur atau pusat perhatian. Oleh sebab itu, seseorang yang menjadi figure harus memperlihatkan kewibawaan dalam bersikap dan berperilaku sehingga

---

<sup>78</sup> Ibid.,7

memunculkan simpati, sugesti, dan imitasi di dalam diri orang lain.<sup>79</sup>

### 3. Bentuk-bentuk Perilaku Beragama

Glock Stark sebagaimana yang dikutip oleh Ancok dan Surosa menjelaskan bahwa terdapat 5 dimensi beragama dalam diri seseorang, sebagai berikut:<sup>80</sup>

- a. Dimensi keyakinan (*ideologis*), dimensi ini berkaitan dengan keteguhan dan keyakinan seseorang terhadap doktrin-doktrin keagamaan. Melalui adanya keyakinan terhadap Tuhan yang wajib disembah, alam manusia, dan hubungan antara Tuhan dan manusia, maka segala aktivitas yang dilakukan manusia akan bernilai ibadah.
- b. Dimensi peribadatan (*ritualistic*), dimensi ini berkaitan dengan komitmen seseorang terhadap agamanya yang meliputi praktik peribadatan, pemujaan, dan hal-hal lain yang menunjukkan ketaatannya.
- c. Dimensi pengalaman (*experiential*), dimensi ini berkaitan dengan pengalaman seseorang dalam beragama meliputi persepsi, sensasi, perasaan atau suatu pengalaman yang sebelumnya tidak dirasakan menjadi terasa ketika melaksanakan ritual keagamaan.
- d. Dimensi pengetahuan agama (*intelektual*), dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan seseorang mengenai dasar-dasar keyakinan, ritual-ritual,

---

<sup>79</sup> H.M. Hafi Ansyori, *Dasar-Dasar Ilmu Jiwa Agama* (Surabaya: Usaha Nasional, 1999).

<sup>80</sup> Makhmudah, *Media Sosial Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*.

kitab suci. Semakin dalam pengetahuan agama seseorang maka akan semakin tunduk dan taat dalam beragama.

- e. Dimensi konsekuensi (*consequential*), dimensi ini meliputi dampak atau akibat dari keyakinan beragama, pelaksanaan ritual keagamaan, pengetahuan, dan pengalaman seseorang dalam beragama yang terwujud dalam hubungan seseorang kepada orang lain. Jadi dimensi ini, menggambarkan bagaimana efek beragama dalam diri seseorang terhadap hubungannya dengan orang lain meliputi kepedulian pada orang lain, dan lain-lain

Dimensi-dimensi beragama yang dijelaskan oleh Glock Stark sejajar dengan dimensi-dimensi dalam beragama Islam yaitu dimensi iman (keyakinan), islam (ketaatan), ihsan (pengahayatan), ilmu (pengetahuan), dan amal (pengamalan).<sup>81</sup>

Menurut Kaelany, perilaku beragama seseorang mencakup perilaku terhadap Allah dan Rasul-Nya, diri sendiri, keluarga, tetangga dan masyarakat.<sup>82</sup> Pada dasarnya banyak sekali bentuk-bentuk perilaku beragama seseorang, akan tetapi pada penelitian ini akan dibahas mengenai bentuk-bentuk perilaku beragama kaum millennial terhadap Allah SWT, hal ini berkaitan erat dengan dimensi islam.

---

<sup>81</sup> Djamaluddin Ancok Fuat Nashori Suroso Suroso, *Psikologi Agama: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004).,79

<sup>82</sup> Heru Heriyansya, "Perilaku Keagamaan Pada Masyarakat Suku Semendo (Studi Kasus Desa Sukaraja Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat)" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

Perilaku beragama terhadap Allah SWT dapat ditunjukkan salah satunya dengan melihat ketaatan seseorang dalam melaksanakan ibadah *mahdah*. Al-Syawkani menjelaskan bahwa ibadah merupakan kepatuhan dan ketundukan diri seseorang kepada Allah SWT.<sup>83</sup> Hal ini sebagaimana yang diperintahkan dalam Q.S. Az-Zariyat ayat 56:<sup>84</sup>

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya :” Tidaklah aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku”

Ibadah adalah segala aktivitas untuk melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi segala apa yang dilarang oleh-Nya dan sepenuhnya tunduk serta berserah diri untuk mendekati diri kepada-Nya. Berdasarkan jenisnya, ibadah dibedakan menjadi dua yaitu ibadah *mahdah* dan *gairu mahdah*. Ibadah *mahdah* (Ibadah khusus) merupakan ibadah yang ditujukan langsung kepada Allah SWT, dan . Adapun bentuk-bentuk ibadah *mahdah* yang dibahas pada penelitian ini sebagai berikut :

#### 1) Shalat

Secara bahasa shalat adalah doa, sedangkan menurut istilah shalat merupakan ibadah yang terdiri dari ucapan dan gerakan yang

---

<sup>83</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, Cetakan-2. (Jakarta: Kencana, 2003).

<sup>84</sup> “Qur’an Kemenag.” <https://quran.kemenag.go.id/surah/51/56>

dimulai dengan takbiratul ihram dan diakhir dengan salam.<sup>85</sup> Pada hakikatnya shalat tidak hanya dipahami sebagai rangkaian ibadah lahir, namun juga batin. Hal ini berarti didalam shalat tidak hanya membutuhkan bacaan dan gerakan yang sempurna, namun juga perlu menghadirkan hati dan jiwa yang tenang, ikhlas, dan tunduk kepada Allah SWT sehingga ibadah shalat menjadi lebih khushyuk dan berkualitas.<sup>86</sup> Shalat merupakan tiang agama, artinya kesungguhan seseorang dalam beragama akan tercermin pada shalat, sehingga sudah sepantasnya apabila seseorang benar-benar beriman kepada Allah, maka ia akan senantiasa menjaga dan melaksanakan shalat.

## 2) Puasa

Puasa artinya menahan diri dari sesuatu yang membatalkannya yang dimulai dari terbit fajar hingga terbenamnya matahari.<sup>87</sup> Dengan berpuasa seseorang dituntut untuk menahan diri dari segala hawa nafsu. Ibadah puasa terdiri dari puasa wajib dan puasa sunnah, puasa wajib adalah puasa yang dilakukan pada bulan Ramadhan dan puasa sunnah seperti puasa senin-kamis, puasa ayyamul bidh, dan lain-lain. Ibadah puasa dapat membentuk kepribadaian dan perilaku seseorang menjadi lebih baik, hal ini

---

<sup>85</sup> Zakiah Darajat, *Dasar-Dasar Agama Islam* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1996),.211

<sup>86</sup> Kastolani, "Ibadah Dan Ritual Dalam Menanamkan Akhlak Remaja," *Journal of Communication* 1, no. 2 (2016): 130.

<sup>87</sup> *Ibid.*,.132

dikarenkan dengan berpuasa seseorang dituntut untuk selalu bersabar dan menahan diri dari hal-hal yang dapat membatalkan dan mengurangi pahala berpuasa.

### 3) Membaca Al-Qur'an

Al-Qur'an merupakan wahyu-wahyu Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi petunjuk dan pedoman hidup bagi umat islam.<sup>88</sup> Dengan membaca Al-Qur'an dengan benar dan memahami maknanya maka seseorang akan mendapatkan petunjuk, ketenangan, dan mendapatkan pahala yang berlimpah.

### 4) Berdzikir dan berdoa

Berdzikir artinya mengingat Allah SWT didalam hati, menyebut asma-asma Allah melalui lisan dan memperhatikan keagungan Allah SWT yang terdapat pada alam semesta. Adapun berdoa artinya memohon kepada Allah SWT atas segala pengharapan dan keinginan agar dapat terpenuhi.<sup>89</sup> Memperbanyak dzikir dan do'a merupakan salah satu perilaku yang bertujuan untuk memuliakan dan menunjukkan ketundukan seseorang terhadap kekuasaan Allah SWT.

## **F. Kaum Millenial**

---

<sup>88</sup> Zakiah Darajat, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).,19

<sup>89</sup> Abdul Hafidz, "Konsep Dzikir Dan Doa Perspektif Al-Qur'an," *Islamic Akdaemika: Jurnal Pendidikan & Keislaman* 6, no. No.1 (2019): 55–77.

## 1. Pengertian Kaum Millennial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kaum diartikan sebagai golongan yakni orang yang sepaham, sekerja, sepankat, dan lainnya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dipahami bahwa kaum merupakan golongan orang-orang yang memiliki kesamaan karakteristik. Menurut Absher dan Amidjaya yang disebut sebagai generasi millennial adalah mereka yang lahir pada tahun 1982-2002 atau berumur 17-39 tahun, di era perkembangan teknologi dan informasi,<sup>90</sup> Kaum millennial memiliki perbedaan yang sangat mencolok dengan generasi sebelumnya yakni sangat melek dan mampu beradaptasi dengan baik dengan kemajuan teknologi, mereka menjadikan gadget/smartphone sebagai alat komunikasi dan tidak terpisahkan dari kebutuhan akan internet.

## 2. Karakteristik Kaum Millennial

Para ahli telah melakukan pengamatan terhadap kaum Millennial, adapun karakteristik perilaku yang melekat pada kaum millennial, sebagai berikut:<sup>91</sup>

### a) Kecanduan Internet

---

<sup>90</sup> Harries Madiistriyanto and Dudung Hadiwijaya, *Generasi Millennial Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis Dan Adversity Quotients (AQ)* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022).

<sup>91</sup> Mei Nur Rusmiati and Dinie Anggaraeni Dewi, "Pancasila Dan Tantangan Millennial: Menyemai Nilai Pancasila Pada Generasi Millennial Sebagai Landasan Dalam Bertindak Dan Berpikir," *Jurnal Mahasiswa Indonesia* 1, no. 1 (2021): 20–21.

Mengakses internet menjadi kebutuhan yang harus terpenuhi bagi kaum millennial. Mereka dapat menghabiskan waktu untuk bermain gadget dan mengakses internet selama 7 jam per hari.

b) Tidak teguh pendirian

Kaum Millennial sangat mudah terpengaruh dan kurang konsisten dalam menentukan pilihan, mereka cenderung beralih-alih dan mengikuti orang lain yang berada di sekitarnya.

c) Menyukai hal-hal yang praktis

Salah satu ciri perilaku kaum millennial adalah cenderung mengingkan hal yang praktis dan tidak merepotkan. Misalnya ketika membutuhkan suatu informasi, kaum millennial akan lebih memilih mencari melalui internet daripada membaca buku.

d) Kerja cerdas dan cepat

Kaum millennial tumbuh dan berkembang pada era perkembangan teknologi, hal ini menjadikan mereka sangat mudah beradaptasi dan memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam melakukan suatu pekerjaan.

e) Mampu melakukan banyak hal

Salah satu karakter yang dimiliki kaum millennial adalah terbuka, mudah menerima dan beradaptasi dengan hal-hal yang baru di tengah perubahan.

f) Acuh dengan politik

Kaum millennial lebih suka menyibukkan diri dengan berselancar di dunia digital dan membahas mengenai trend, music, olahraga, dan game online daripada membahas mengenai politik.

### **G. Teori Pengaruh Konten Dakwah Media Sosial**

Komunikasi adalah proses transfer suatu ide, gagasan, ataupun pesan sumber kepada penerima. Tujuan komunikasi sebagaimana yang disebutkan oleh Severin dan Tankard yaitu untuk mengubah sikap, opini, perilaku, dan mengubah masyarakat.<sup>92</sup> Dalam proses komunikasi seseorang akan memaksimalkan penggunaan fungsi panca inderanya untuk menangkap segala pesan yang termuat dalam media komunikasi. Sehingga, semakin tinggi intensitas seseorang dalam berinteraksi menggunakan media, maka semakin besar pula pengaruh yang dibawa oleh media tersebut.

Teori-teori yang menjelaskan mengenai pengaruh media, yaitu :<sup>93</sup>

- 1) *Powerfull Effect Theory*, teori ini digagas oleh Walter Lippman, teori ini beranggapan bahwa media massa memberikan efek secara langsung dan mendalam terhadap penentuan pola hidup seorang individu.

---

<sup>92</sup> M Herry, “Pengaruh Pesan Dakwah Islam Di Whatsapp Terhadap Perilaku Beragama Mahasiswa Program Studi Teknologi Hasil Pertanian Fakultas UMSU Medan” (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018).

<sup>93</sup> Alfin Khosyatillah, “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018),.41-43

- 2) *Minimalist Effect Theory*, atau *two step flow* teori ini beranggapan bahwa media tidak berpengaruh secara langsung terhadap masyarakat akan tetapi adanya peranan *opinion leader* (pemimpin opini) yang akan menyalurkan informasi dan menguatkan informasi dari media kepada masyarakat. Pemimpinan opini merupakan seseorang yang dihormati dan disegani seperti kiai, pendeta, guru, dan lain-lain.
- 3) *Cumulative Effect Theory*, teori ini digagas oleh seorang sarjana yang berasal dari Jerman yaitu Elisabeth Noelle, teori ini beranggapan bahwa media tidak membawa pengaruh secara langsung terhadap penggunanya, akan tetapi pengaruh itu akan terus menguat seiring bertambahnya waktu.

Dakwah yang disampaikan melalui media sosial membawa perubahan pada dalam diri objek dakwah (*mad'u*) baik dalam segi perasaan, pemikiran, maupun perilaku sesudah adanya aktivitas dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat, pengaruh dakwah terbagi menjadi tiga yaitu :<sup>94</sup>

- 1) Efek kognitif, artinya kegiatan dakwah mampu memberikan pengetahuan, menambah pemahaman seseorang tentang ajaran agama Islam.
- 2) Efektif afektif, adalah perubahan sikap dan perasaan pada dalam diri seseorang setelah menerima pesan-pesan dakwah.

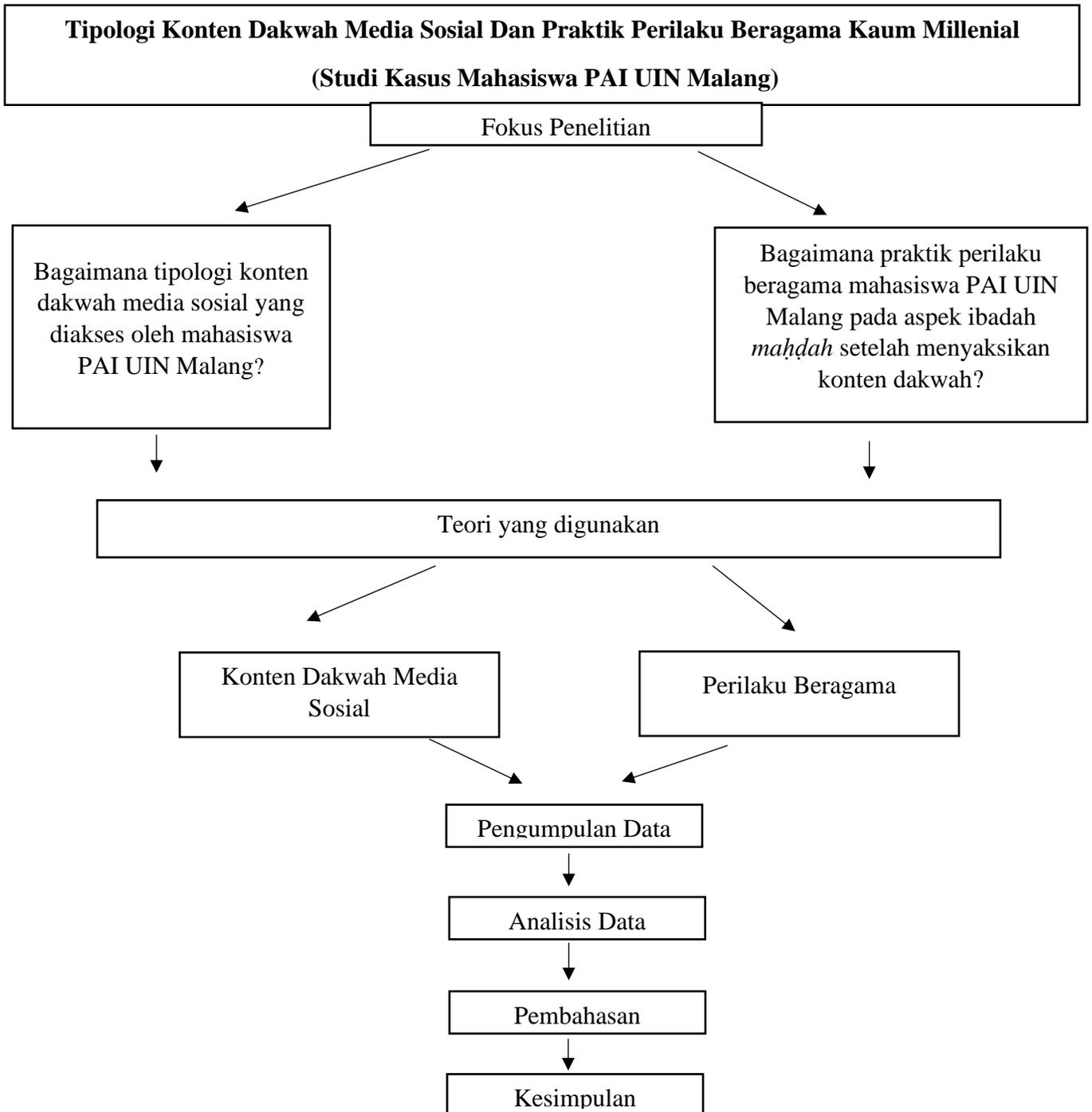
---

<sup>94</sup> Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*.

- 3) Efek behavioral, merupakan pengaruh dakwah yang paling konkrit yakni adanya perubahan perilaku pada diri seseorang yang dipengaruhi oleh faktor kognitif dan afektif.

## H. Kerangka Berfikir

Bagan 2.1 Kerangka Berfikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Sebagaimana yang disebutkan oleh Strauss dan Corbin, penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak dilakukan dengan tahapan-tahapan statistik sehingga menghasilkan data dalam bentuk kata-kata.<sup>95</sup>

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami sebuah fenomena yang sedang dihadapi oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, sikap, motivasi, dan lain-lain kemudian mendeskripsikannya sesuai dengan apa yang didapatkan dari proses penelitian.<sup>96</sup> Pada penelitian ini, peneliti akan menjelaskan dan memaparkan sebuah fenomena secara jelas dan sesuai dengan keadaan sebenarnya sesuai dengan data-data yang telah dikumpulkan.

Adapun jenis penelitian ini termasuk pada penelitian studi kasus (case study). Menurut Jupp, penelitian studi kasus adalah penelitian dengan memanfaatkan berbagai sumber data untuk mengamati sebuah fenomena sosial tertentu secara mendalam. Studi kasus dapat berkaitan dengan individu, kelompok, lembaga/organisasi, peristiwa tertentu, kegiatan sosial dan kegiatan

---

<sup>95</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Bahasa Indonesia* (Solo: Cakra Books, 2014),9

<sup>96</sup> Umar Sidiq and Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*, ed. Anwar Mujahidin, Cetakan-1. (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019),5

keagamaan.<sup>97</sup> Dengan penelitian studi kasus akan diperoleh gambaran atau deksripsi mengenai kondisi sebenarnya dilapangan yang mencakup apa, mengapa dan bagaimana suatu kasus terjadi sehingga dapat menghasilkan pemahaman dari sebuah fenomena.<sup>98</sup>

Sebagaimana yang telah disebutkan pada latar belakang bahwa pada masa sekarang banyak sekali ditemukan konten-konten dakwah yang termuat dalam media sosial, hal ini merupakan sebuah fenomena terbaru dalam berdawah. Dakwah-dakwah yang dilakukan di media sosial bertujuan menanamkan nilai-nilai pendidikan Islam, dan disisi lain kelompok millennial merupakan golongan masyarakat yang paling banyak menggunakan media sosial, maka dalam penelitian ini peneliti berusaha menggali bagaimana konten dakwah yang diakses mahasiswa PAI dan bagaimana praktik perilaku beragama mahasiswa PAI UIN Malang pada aspek ibadah mahdah setelah menyaksikan konten dakwah media sosial.

## **B. Kehadiran Peneliti**

Pada penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen dalam mengumpulkan data.<sup>99</sup> Maka dari itu, kehadiran penelitian dilapangan merupakan faktor penting yang agar proses penelitian dapat berjalan dengan baik. Peneliti mengumpulkan data-data, dan melakukan aktivitas penelitian

---

<sup>97</sup> Agus Maimun, *Penelitian Studi Kasus Bidang Pendidikan Islam*, Cetakan-1. (Malang: UIN Maliki Press, 2020),.5

<sup>98</sup> Ninit Alfianika, *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*, 1st ed. (Yogyakarta: Deepublish, 2018),.92

<sup>99</sup> Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018).

seperti melakukan pengamatan, wawancara kepada informan, serta dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian, melakukan analisis data, menafsirkan data, dan menyusun laporan hasil penelitian.. Penelitian ini dilakukan pada bulan November hingga Januari.

### **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di UIN Malang yang terletak di jalan Gajayana, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Malang, Jawa Timur.

Adapun peneliti memilih tempat ini sebagai lokasi penelitian didasarkan pada hal-hal, sebagai berikut: *Pertama*, Lokasi UIN Maulana Malik Ibrahim strategis dan mudah dijangkau. *Kedua*, UIN Malang adalah sebuah perguruan tinggi Islam dimana pendidikan keislaman terintegrasi dalam setiap kegiatan kampus, hal ini memungkinkan mahasiswa UIN Malang lebih menaruh perhatian dan tertarik terhadap sesuatu kegiatan yang berhubungan dengan keagamaan seperti dakwah. *Ketiga*, mahasiswa UIN Malang termasuk dalam kelompok kaum millenial yang memiliki gadget serta memiliki kemampuan untuk mengoperasikannya. *Keempat* Mahasiswa memiliki dan menggunakan berbagai macam media sosial.

### **D. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah segala hal, benda, maupun orang yang darinya dapat diperoleh berbagai informasi atau keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan

teknik *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sample dimana seluruh anggota populasi tidak diberikan kesempatan/peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.<sup>100</sup> Adapun dalam hal ini pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik sampel kuota yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan ciri-ciri tertentu hingga jumlah (kuota) yang diinginkan terpenuhi.<sup>101</sup>

Berdasarkan hasil pencarian dan pendekatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa mahasiswa, peneliti mengambil data dari 13 orang informan yang mana mereka merupakan mahasiswa dari jurusan PAI angkatan 2018 dan 2019 yang secara usia tergolong pada kelompok kaum millennial, kemudian mereka aktif dalam menggunakan media sosial serta banyak mengikuti dan menyaksikan dakwah melalui media sosial.

#### **E. Data dan Sumber Data**

Data adalah sejumlah fakta-fakta empirik yang telah didapatkan oleh peneliti untuk memberikan jawaban atas permasalahan penelitian.<sup>102</sup> Data-data penelitian harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu agar dapat dibaca dan disimpulkan. Berdasarkan sifatnya, data pada penelitian ini merupakan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata.<sup>103</sup> Adapun

---

<sup>100</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. Sutopo, Cetakan-1. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019), 288-289

<sup>101</sup> Maimun, *Penelitian Studi Kasus Bidang Pendidikan Islam*, 73

<sup>102</sup> Sandi Suyuto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67

<sup>103</sup> *Ibid.*,

berdasarkan sumbernya, jenis data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan oleh peneliti dari sumber asli atau pihak pertama.<sup>104</sup> Jadi, peneliti mengambil data secara langsung kepada informan dengan menggunakan instrumen penelitian tertentu. Pada penelitian ini data primer didapatkan oleh peneliti dari mahasiswa PAI UIN Malang melalui tahapan wawancara untuk menggali segala informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder artinya data yang sudah ada, sehingga peneliti tidak perlu mengambil data kepada subjek secara langsung.<sup>105</sup> Data sekunder didapatkan dari sebuah instansi/lembaga, jurnal, buku, dan internet seperti bukti-bukti, catatan, atau laporan yang telah tersimpan sebagai arsip baik yang telah dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.<sup>106</sup> Data sekunder pada penelitian ini berupa profil dan arsip mengenai jurusan PAI UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dan data-data lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian untuk menguatkan data-data penelitian.

### **F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data**

---

<sup>104</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129

<sup>105</sup> Ibid.

<sup>106</sup> Mohammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 166

## 1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan kegiatan tanya-jawab antara peneliti dan informan guna mendapatkan informasi secara mendalam dari informan.<sup>107</sup> Pada penelitian ini teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur (*Semistructured Interview*) yaitu wawancara yang digunakan untuk menemukan permasalahan yang lebih kompleks dengan memberikan kesempatan kepada informan untuk menyampaikan pendapat, ide, dan presepsinya. Wawancara semi terstruktur merupakan salah satu jenis wawancara *in-dept interview*.<sup>108</sup>

Dalam wawancara ini, proses wawancara dilakukan secara lentur dan terbuka sehingga para informan mendapatkan kebebasan untuk menyampaikan pandangan dan pendapat nya. Adapun garis-garis besar pertanyaan yang diajukan oleh peneliti berkaitan dengan, aktivitas informan dalam mengakses konten dakwah yang mencakup frekuensi serta durasi waktu, konten-konten dakwah yang disaksikan, isi konten dakwah serta, efek yang didapatkan dari adanya fenomena konten-konten dakwah yang bertebaran di media sosial terhadap perilaku beragama kaum millennial yang menyangkut perilaku beragama terhadap Allah SWT.

## 2. Dokumentasi

---

<sup>107</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009),.55

<sup>108</sup> Sidiq and Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*.,64

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penelusuran informasi dan mengumpulkan bukti-bukti yang mendukung penelitian baik berupa gambar-gambar, karya, literature, tulisan, transkrip, dan sebagainya.<sup>109</sup> Adapun dokumen penelitian yang dikumpulkan pada penelitian ini berupa pengumpulan bukti-bukti mengenai konten-konten dakwah yang tersebar di media social yang mampu memberikan gambaran dan informasi mengenai topik penelitian.

### 3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat apa yang dilihat oleh peneliti yang berkaitan dengan penelitian.<sup>110</sup> Jadi melalui tahapan obeservasi peneliti berusaha untuk mengamati segala hal yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti. Observasi yang digunakan oleh peneliti termasuk dalam observasi non-partisipasi, dimana peneliti hanya melakukan pengamatan secara cermat dan indepeden terhadap subjek dan objek penelitian, akan tetapi tidak terlibat langsung di dalamnya. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk melakukan pengamatan mengenai konten-konten dakwah media sosial, adapun kisi-kisi mengenai hal yang diamati penelitian beracuan pada penelitian terdahulu yang mencakup jenis-jenis konten dakwah, dan kriteria

---

<sup>109</sup> Ibid.,73

<sup>110</sup> Alfianika, *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*.,67

konten dakwah yang mencakup isi konten dakwah, penyampaian dan gaya bahasa da'i, serta kejelasan dan keruntutan materi.

## **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan sebuah proses untuk memilah dan menyusun data-data yang telah dikumpulkan sehingga menjadi sistematis dan mudah dipahami agar kemudian dapat diinformasikan kepada orang lain. Menurut Yin, terdapat beberapa jenis analisis data yang dapat digunakan dalam analisis data yaitu pencocokan pola, membangun penjelasan (eksplanasi), analisis deret waktu, model logika, dan sintesis lintas-kasus.<sup>111</sup>

Jenis analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu membangun penjelasan. Teknik analisis data dengan membangun penjelasan (eksplanasi) bertujuan untuk membangun penjelasan (gagasan) tentang suatu kasus, yang berguna untuk mengembangkan ide-ide untuk penelitian selanjutnya.

Prosedur analisis data yang digunakan menganut pada model analisis data yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan Michael Huberman dimana analisis data dilakukan secara terus menerus hingga mendapatkan data yang jenuh. Langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data, sebagai berikut :<sup>112</sup>

### *1. Data condensation (kondensasi data)*

---

<sup>111</sup> Maimun, *Penelitian Studi Kasus Bidang Pendidikan Islam*.,78

<sup>112</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.,322-327

Kondensasi data adalah proses untuk memilah, menyeleksi, menyederhanakan dan meringkas data-data yang telah didapatkan di lapangan. Hal ini dilakukan untuk mencari informasi-informasi yang relevan untuk menjawab permasalahan penelitian dan membuang informasi-informasi yang tidak penting sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

2. *Data Display* (penyajian data)

Data display merupakan tahapan dimana peneliti menyajikan data-data penting yang telah dikumpulkan dari informan. Penyajian data dapat disampaikan dalam bentuk teks narasi, grafik, matriks, dan chart. Umumnya pada penelitian kualitatif data disajikan dalam bentuk naratif, sehingga dalam menyampaikannya diperlukan susunan yang sistematis, jelas, dan rinci.

3. *Conclusion drawing/verification*

Setelah data-data yang terkumpul di reduksi dan disajikan maka tahap terakhir dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan. Kesimpulan berisi tentang penjelasan-penjelasan atau pendapat akhir untuk menjawab pertanyaan yang ada pada focus penelitian.

## **H. Keabsahan Data**

Keabsahan data pada penelitian kualitatif berkaitan dengan kevalidan atau kesamaan data yang dituliskan dan dilaporkan oleh peneliti dengan keadaan sebenarnya yang berada di lapangan. Pengecakan keabhsan data pada

penelitian ini berkaitan dengan kredibilitas (nilai kebenaran) data. Adapun teknik yang digunakan peneliti dalam uji kredibilitas keabsahan data menggunakan triangulasi :

1. Triangulasi

Triangulasi merupakan pengecekan keabsahan data dengan membandingkan data-data yang didapatkan dengan sesuatu yang lain di luar data. Adapun teknik yang dipakai yaitu triangulasi sumber. Triangulasi sumber, dilakukan dengan mengecek data yang didapatkan dengan data-data yang didapatkan dari sumber yang berbeda. Cara pengecekan keabsahan data dengan triangulasi sumber dapat dilaksanakan dengan berbagai cara seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara.<sup>113</sup>

2. Menggunakan bahan refrensi

Penggunaan bahan refrensi bertujuan sebagai alat pendukung untuk membuktikan kebenaran data penelitian. Bahan-bahan refrensi yang digunakan dapat berupa foto, rekaman wawancara, dan dokumen autentik lainnya.

3. Mengadakan member check

Member check merupakan sebuah proses yang dilakukan oleh peneliti untuk mengecek kembali data-data yang telah dikumpulkan kepada subjek penelitian atau informan. Tujuan dilakukannya member check adalah untuk

---

<sup>113</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Tjun Surjaman, Cetakan ke. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002).,178

mengetahui kesesuaian antara data yang ditafsirkan peneliti dengan data yang dimaksud oleh informan. Apabila data-data tersebut telah disepakati oleh informan maka data tersebut bersifat valid.<sup>114</sup>

## **I. Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian berisi rangkaian proses pelaksanaan penelitian secara keseluruhan. Berikut paparan rangkaian proses penelitian yang telah dilaksanakan, sebagai berikut :

### **1. Tahap persiapan (Pra-lapangan)**

Pada tahapan ini peneliti melakukan persiapan sebelum melaksanakan proses penelitian, meliputi :

- a. Peneliti menggali suatu permasalahan yang akan diteliti dan menentukan lokasi penelitian .
- b. Peneliti mengajukan judul penelitian kepada dosen wali.
- c. Peneliti mengajukan judul penelitian kepada pihak jurusan dan guna memperoleh dosen pembimbing.
- d. Peneliti membuat proposal penelitian dan melaksanakan konsultasi kepada dosen pembimbing sebanyak 6 kali
- e. Peneliti melaksanakan seminar proposal penelitian
- f. Mengurus surat izin penelitian

---

<sup>114</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*,371

- g. Peneliti menentukan kisi-kisi pertanyaan yang digunakan sebagai pedoman pada saat melaksanakan proses wawancara .
- h. Peneliti mencari dan menghubungi informan penelitian dalam hal ini adalah mahasiswa PAI UIN Malang angkatan 2018 dan 2019.

## 2. Tahap pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini, peneliti memasuki rangkaian pokok pada tahapan penelitian mengumpulkan data-data yang dibutuhkan , di mana peneliti membuat kesepakatan bersama informan untuk melakukan wawancara, serta mengumpulkan bukti atau data-data dengan melakukan pengamatan dan melakukan dokumentasi yang berkaitan dengan topik yang dibahas peneliti.

## 3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data merupakan langkah terakhir yang ditempuh peneliti dalam proses penelitian, meliputi :

- a. Peneliti melakukan analisis data sementara terhadap data-data yang telah dikumpulkan pada saat proses penelitian berlangsung.
- b. Peneliti melakukan analisis data dan menyusun laporan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta melaksanakan konsultasi dan bimbingan dengan dosen pembimbing terkait penyusunan laporan dan melakukan perbaikan sesuai dengan catatan dan saran dari hasil konsultasi bersama dosen pembimbing.

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Sejarah Singkat Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim**

###### **Malang**

Asal Mula pendirian Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang bermula dari gagasan para tokoh Jawa Timur untuk mendirikan sebuah lembaga pendidikan Islam di bawah naungan Departemen Agama, Maka dari itu dibentuklah panitia pendirian IAIN cabang Surabaya melalui surat keputusan Menteri Agama No. 17 Tahun 1961 yang bertugas untuk mendirikan Fakultas Syariah yang berkedudukan di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah yang berkedudukan di Malang. Keduanya merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan diresmikan bersamaan oleh Menteri Agama pada 28 Oktober 1961. Pada 1 Oktober 1964 didirikan juga Fakultas Ushuluddin yang berkedudukan di Kediri melalui surat keputusan Menteri Agama No. 66/1964.<sup>115</sup>

Dalam perkembangannya, ketiga fakultas cabang tersebut digabung dan secara struktural berada di bawah naungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel yang didirikan berdasarkan surat keputusan Menteri Agama No. 20 tahun 1965. Sejak saat itu Fakultas Tarbiyah Malang

---

<sup>115</sup> <https://uin-malang.ac.id/s/uin/profil>, diakses pada 6 Desember 2022, pukul 10.00 WIB

merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Ampel. Melalui keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, pada pertengahan 1997 Fakultas Tarbiyah Malang IAIN Sunan Ampel beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang dan menjadi lembaga pendidikan tinggi Islam otonom yang lepas dari IAIN Sunan Ampel.

Pada 21 Juni 2004 melalui upaya yang sungguh-sungguh usulan STAIN Malang untuk mengubah status kelembagaannya menjadi universitas disetujui Presiden melalui Surat Keputusan Presiden RI No. 50, dan diresmikan oleh Menko Kesra Prof. H. A. Malik Fadjar, M.Sc. atas nama Presiden pada 8 Oktober 2004 dengan nama Universitas Islam Negeri (UIN) Malang. Pada 27 Januari 2009, universitas ini beralih nama menjadi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang diresmikan langsung oleh Presiden Republik Indonesia yaitu Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono.

UIN Maliki Malang terletak di jalan Gajayana 50, Dinoyo dengan lahan seluas 14 hektar, dan memodernisasi bangunan sejak September 2005 dengan membangun berbagai gedung seperti rektorat, fakultas, *bussiness center*, poliklinik, dan masjid serta *ma'had* yang memang sudah lebih dulu ada. Pembangunan ini dilakukan dengan pendanaan dari Islamic Development Bank (IDB) melalui surat persetujuan IDB No. 41/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004.

Secara kelembagaan, universitas ini memiliki 7 fakultas dan program pascasarjana, yaitu :

- 1) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan dengan program jurusan seperti Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD), *Tadris* Bahasa Inggris, dan *Tadris* Matematika.
- 2) Fakultas Syariah, dengan jurusan *al-Ahwal al-Syakhshiyah*, Hukum Bisnis Syariah, Hukum Tata Negara (Siyasah), serta Ilmu Al-Quran dan Tafsir.
- 3) Fakultas Humaniora, menyelenggarakan jurusan Bahasa dan Sastra Arab serta jurusan Sastra Inggris.
- 4) Fakultas Ekonomi, yang menyelenggarakan jurusan Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah.
- 5) Fakultas Psikologi dengan jurusan psikologi.
- 6) Fakultas Sains dan Teknologi dengan jurusan Matematika, Biologi, Kimia, Fisika, Teknik Informatika, Teknik Arsitektur, dan Perpustakaan dan Ilmu Informasi.
- 7) Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan yang menyelenggarakan jurusan Farmasi dan Pendidikan Dokter.

Program Pascasarjana mengembangkan 6 program studi magister, yaitu program magister Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Studi Ilmu Agama Islam, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Pendidikan Agama Islam, dan *al-Ahwal al-Syakhshiyah*. Sedangkan untuk program

doktor saat ini terdapat tiga program studi yaitu Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Bahasa Arab, dan Pendidikan Agama Islam Berbasis Studi Interdisipliner.

## **2. Profil Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

### **Visi :**

Terwujudnya pendidikan tinggi integratif dalam memadukan sains dan Islam yang bereputasi Internasional.

### **Misi :**

- 1) Mencetak sarjana yang berkarakter *Ulul Albab*
- 2) Menghasilkan sains, teknologi, seni yang relevan dan budaya saing tinggi.

### **Tujuan :**

- 1) Memberikan akses pendidikan tinggi keagamaan yang lebih luas kepada masyarakat
- 2) Menyediakan sumber daya manusia terdidik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

### **Strategi :**

Menyelenggarakan tridarma perguruan tinggi secara integratif yang berkualitas.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> <https://uin-malang.ac.id/s/uin/profil>, diakses pada 6 Desember 2022, pukul 10.00 WIB

### **3. Profil Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

Program studi PAI merupakan program studi pertama yang menjadi cikal bakal lahirnya UIN Maliki Malang. Prodi PAI UIN Malang didirikan pada tahun 1961 dan sampai pada tahun 2022 telah berumur 61 tahun. Pada perjalanannya prodi PAI telah banyak menghasilkan lulusan-lulusan sarjana yang memberikan kontribusi untuk masyarakat, bangsa dan negara dengan menjadi tokoh masyarakat, pendiri dan pengelola sekolah dan madrasah serta perguruan tinggi, pengasuh pondok pesantren, serta mengambil peran dalam birokrasi pemerintah sebagai bupati, walikota, menteri serta menjadi guru dan pendidik yang berperan untuk mendidik dan mencerdaskan anak bangsa melalui lembaga formal maupun nonformal.

Beberapa diantara pencapaian yang telah diraih oleh prodi PAI yaitu memperoleh akreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT), memperoleh Standar Internasional ISO 9001:2015, serta meraih penghargaan sebagai prodi terbaik di lingkup UIN Malang berdasarkan hasil assesmen penilaian dari Lembaga Jaminan Mutu Tahun 2017.

Program Studi PAI senantiasa berusaha mengembangkan dan meningkatkan kualitas dan prestasi sehingga mampu menjadi program studi yang bereputasi internasional dengan mengembangkan kelembagaan dan akademik melalui program akreditasi internasional dan bekerjasama dengan

lembaga-lembaga internasional dalam bidang pendidikan dan pengembangan keilmuan Islam.<sup>117</sup>

#### **4. Visi Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.**

Pada tahun 2030 menjadi program studi terkemuka dalam menyiapkan tenaga pendidik Agama Islam dan pengelola pada satuan pendidikan keagamaan Islam yang berkarakter *ulul albab* dan memiliki wawasan internasional.

#### **5. Misi Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

- a. Menyelenggarakan pendidikan unggul yang dirancang untuk menghasilkan lulusan yang siap menjadi pendidik agama Islam di sekolah/madrasah dan jenis pendidikan keagamaan Islam lainnya, serta menjadi pengelola satuan pendidikan keagamaan Islam.
- b. Mempersiapkan lulusan yang berkualitas yang memiliki kekokohan akidah dan kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan ilmu dan kematangan profesional dalam menjalankan tugasnya sebagai tenaga kependidikan Islam.
- c. Mengembangkan paradigma baru manajemen pendidikan dan menciptakan iklim akademis religius dalam pengelolaan pendidikan dan pengembangan kompetensi sebagai pendidik agama Islam.

---

<sup>117</sup> <https://fitk.uin-malang.ac.id/project/pendidikan-agama-islam/>, diakses pada 6 Desember 2022 , pukul 15.17 WIB

- d. Mengembangkan penelitian yang dapat melahirkan dan mengembangkan teori-teori pendidikan Islam baik pada jalur pendidikan formal, non-formal maupun informal.
- e. Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat yang lebih bersifat proaktif dan antisipatif dalam menghadapi dan memecahkan permasalahan pendidikan Islam yang tumbuh dan berkembang di masyarakat.
- f. Mengembangkan jaringan kerja sama/kemitraan dengan perguruan tinggi di dalam dan luar negeri, masyarakat pengguna lulusan, dan *stakeholders* lainnya. Mengembangkan dan menjaga nilai, etika profesional dan moral akademis untuk pengendalian mutu program studi.

**6. Tujuan Program Studi Pendidikan Agama Islam Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

- a. Menghasilkan pendidik agama Islam yang memiliki pengetahuan , sikap, keterampilan dan nilai yang diperlukan untuk menjadi pendidik agama Islam serta pembimbing dan penggerak kegiatan keagamaan Islam di sekolah/madrasah.
- b. Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan dalam membentuk, mengelola dan mengorganisir, merencanakan dan melaksanakan program pendidikan, melakukan supervisi, monitoring dan evaluasi program dan mengembangkan inovasi-inovasi program satuan pendidikan keagamaan Islam.

- c. Menghasilkan lulusan tambahan sebagai konselor dan penyuluh pendidikan agama Islam di sekolah dan keluarga, pendidik PAI di luar negeri, *trainer* pendidikan agama Islam, pengelola lembaga pendidikan Islam, pembimbing manasik haji, pemimpin sosial-keagamaan di sekolah/madrasah dan masyarakat, jurnalis pendidikan Islam, sosiologi pendidikan Islam, *interpreneur* Islam dan juru dakwah/muballigh.<sup>118</sup>

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Tipologi konten dakwah media sosial yang diakses oleh mahasiswa PAI UIN Malang.**

Media sosial saat ini menjadi salah satu perangkat lunak yang banyak digunakan dan digandrungi oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi digital namun juga dapat difungsikan sebagai sarana untuk belajar terutama mengenai ajaran agama Islam, hal ini ditandai dengan banyaknya ditemukan akun-akun pendakwah di berbagai media sosial yang kerap kali membagikan unggahan-unggahan yang berisi tentang ajaran-ajaran agama Islam kepada para penggunanya.

Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan para informan, mahasiswa memiliki ketertarikan untuk menyaksikan konten-konten dakwah melalui media sosial. Adapun informan yang

---

<sup>118</sup> <https://fitk.uin-malang.ac.id/project/pendidikan-agama-islam/>, diakses pada 6 Desember 2022 , pukul 15.17 WIB

merupakan mahasiswa PAI UIN Malang yang menyaksikan dan mengakses konten-konten dakwah melalui media sosial sebagai berikut:

No.	Nama Informan	Jenis Kelamin
1	Yuliana Mardani	Perempuan
2	Nasihatus Sa'adah	Perempuan
3	Aisyah Maulidina	Perempuan
4	Sofa Marwatul Huda	Perempuan
5	Siti Fatimah	Perempuan
6	Koesni Mandala Saputra	Laki-laki
7	Nur Aini Azizatul Uljana Binti Musai	Perempuan
8	Muhammad Zayyin Syahru Sya'bana	Laki-laki
9	Muhammad Dhafa Shafarano	Laki-laki
10	Muhammad Yusril Maulana	Laki-laki
11	Muhammad Galih Risky Ramadhan	Laki-laki
12	Misbahul Munir	Laki-laki
13	Sultan Zulfian Hidayat	Laki-laki

Tabel 4.1 Data informan yang mengakses konten dakwah

Mahasiswa mengakses konten dakwah media sosial dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi keagamaan yang dapat dengan mudah diakses melalui media sosial, sebagaimana yang disebutkan oleh salah satu informan pada wawancaranya dengan peneliti:

“Biasanya saya setiap hari selalu melihat konten dakwah media sosial, terkadang saya melihat itu karena memang tidak sengaja ketika membuka media sosial pasti ada saja semacam konten dakwah atau karena memang saya sengaja ingin menonton sesuatu yang ingin saya cari tahu kalau saya senggang”(SF.RM.1.01)<sup>119</sup>

Selain itu, banyaknya konten-konten dakwah yang masuk dalam beranda media sosial milik informan disebabkan karena adanya

<sup>119</sup> Hasil wawancara dengan Siti Fatimah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 17 Desember 2022 pada pukul 10.30 WIB

algoritma media sosial. Apabila seseorang sering menyaksikan konten dakwah di media sosial, maka konten-konten dakwah akan selalu muncul dalam beranda sosial milik mahasiswa, sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya:

“ Iya pastinya sering apalagi memang anak muda sekarang mempunyai gadget dan media sosial dan di sana banyak para ustaz dan ustazah yang menggunakan media sosial dalam bidang dakwah”(MDS.RM.1.01)<sup>120</sup>

Kehadiran konten dakwah media sosial merupakan hal yang penting bagi para informan, hal ini disebabkan karena melalui konten-konten dakwah media sosial para informan yang merupakan mahasiswa PAI UIN Malang dapat mendapatkan asupan mengenai ajaran agama Islam meskipun tidak hadir di tempat secara langsung, terutama pada masa ini di mana mereka memiliki aktivitas yang padat. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Kalau saya menyukai dakwah media sosial, saya pribadi sering tidak dapat mengikuti kajian-kajian secara langsung, dan akun-akun dakwah di media sosial itu biasanya penyampaiannya lebih to the point, sehingga lebih mempersingkat waktu”(NAA.RM.1.01)<sup>121</sup>

Hal yang senada juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

---

<sup>120</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Dhafa Shafarano sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 7 Maret 2023 pada pukul 16.30 WIB

<sup>121</sup> Hasil wawancara dengan Nur Aini Azizatul sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 21 Desember 2022 pukul 14.00 WIB

“ Kalau saya pribadi saat ini lebih senang mendengarkan dan menonton lewat media sosial, apalagi sekarang dengan kondisi yang sibuk untuk menyelesaikan skripsi jadi dengan adanya media sosial ini kita tetap bisa mendengarkan ceramah-ceramah keagamaan.”(YM.RM.1.01)<sup>122</sup>

Pernyataan yang senada juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Saya pribadi lebih suka menyaksikan dakwah melalui media sosial karena memang bisa dibuka kapan saja dan di mana saja”(AM.RM.1.01)<sup>123</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa salah satu faktor yang menyebabkan mahasiswa tertarik untuk menyaksikan konten dakwah media sosial disebabkan karena sifatnya yang memang fleksibel yaitu dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Sehingga mahasiswa yang memiliki banyak kegiatan di dalam dan di luar kampus merasa lebih terbantu dengan adanya konten dakwah media sosial karena mereka tetap dapat menikmati dan mendapatkan asupan pengetahuan seputar khazanah Islam ditengah-tengah aktivitas yang padat.

Keberadaan konten dakwah media sosial pada saat ini memang menjadi alternatif dan banyak dipakai oleh mahasiswa untuk terus dapat menambah wawasan dan memperdalam pemahaman mereka mengenai ajaran Islam. Namun, beberapa informan juga memiliki kesadaran yang

---

<sup>122</sup> Hasil wawancara dengan Yuliana Mardani sebagai mahasiswa PAI pada tanggal 09 Desember 2022 pada pukul 10.00 WIB

<sup>123</sup> Hasil wawancara dengan Aisyah Maulidina pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 15.00 WIB

tinggi bahwa untuk belajar dan memahami agama Islam secara komprehensif tidak dapat hanya dengan mengandalkan dari belajar melalui media sosial tetapi harus diimbangi dengan menghadiri kajian secara langsung. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan salah seorang informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Kalau menurut saya tidak cukup hanya dengan mengandalkan menonton dakwah Islam hanya melalui media sosial saja, ada waktunya kita diharuskan untuk dapat merasakan nikmatnya duduk langsung di majelis untuk melihat *dâ'i* sehingga kalau hanya mengandalkan media sosial saja itu seperti ada yang kurang karena seperti kita hanya berguru pada internet dan media sosial. Jadi perlu juga mengimbangi antara keduanya.”(SMH.RM.1.01)<sup>124</sup>

Meskipun dakwah di media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dakwah konvensional namun peran dakwah konvensional tidak boleh ditinggalkan, artinya *mad'u* dalam hal ini adalah kaum millenial harus bisa untuk menyempatkan diri duduk dalam majelis, agar merasakan nikmatnya hadir dalam sebuah kajian serta dapat melihat langsung *dâ'i* yang menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam, sehingga pesan yang sampai dapat dipahami secara lebih jelas serta diyakini kebenarannya, sebagaimana yang dinyatakan oleh salah seorang informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Menurut saya dua-duanya memiliki kelebihan dan kekurangan dan sama-sama membantu dalam meningkatkan perilaku beragama seseorang. Kelebihan dakwah secara langsung itu kita

---

<sup>124</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

bisa melihat siapa yang menyampaikan dan apa yang disampaikan itu jelas, sedangkan kalau di media sosial itu terkadang mbak bisa muncul keraguan tentang siapa yang menyampaikan dan apakah yang disampaikan itu benar, terlebih kalau videonya potongan itu rawan terjadi salah paham, sehingga rasanya tetap ada yang kurang. Tapi kan enakya di media sosial itu kita bisa mengakses kapan saja dan ceramahnya bisa kita simpan.”(NS.RM.1.01)<sup>125</sup>

Pernyataan yang senada juga diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Kalau menurut saya dakwah di media sosial dan secara langsung itu sama-sama penting, selagi konten-konten dakwah yang disampaikan di media sosial itu benar maka akan saya dengarkan. Hanya saja mungkin yang membedakan itu hadir secara langsung di majelis ta’lim itu feelnya dalam transfer ilmu itu lebih terasa “ (KMS.RM.1.01)<sup>126</sup>

Pernyataan yang senada juga diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti

“ Menurut saya dakwah di media sosial itu memiliki plus saya suka karena memiliki plus minus, kalau di medsos itu lebih bisa kita akses di mana saja seperti dari rumah, nah kalau datang langsung itu kita juga menjadi lebih leluasa untuk bertanya. Jadi menurut saya ya sama-sama penting.”(SZH.RM.1.01)<sup>127</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dapat diketahui bahwa mereka menyadari betapa pentingnya kehadiran media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan konten dakwah. Mahasiswa

---

<sup>125</sup> Hasil wawancara dengan Nasihatun Sa’adah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

<sup>126</sup> Hasil wawancara dengan Koesni Mandala Saputra sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 19 Desember 2022 pada pukul 09.30 WIB

<sup>127</sup> Hasil wawancara dengan Sultan Zulfian Hidayat sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Maret 2023 pada pukul 13.20 WIB

memiliki sikap yang terbuka dalam hal menerima dakwah melalui media sosial, namun mereka juga menyadari betapa pentingnya untuk belajar mengenai agama Islam tidak hanya melalui media sosial.

Dalam mengakses konten dakwah media sosial para informan yang merupakan mahasiswa PAI UIN Malang memiliki frekuensi akses konten dakwah yang berbeda-beda. Pada penelitian ini, peneliti menentukan batasan-batasan waktu agar dapat menentukan kategori frekuensi waktu akses konten dakwah media sosial oleh mahasiswa, adapun batasan frekuensi akses konten dakwah media sosial, sebagai berikut :

a. Sering

Pada kriteria sering mengakses konten dakwah media sosial, peneliti memberikan batas waktu selama 30 menit hingga 1 jam atau lebih dalam satu hari. Terdapat beberapa mahasiswa yang menyatakan bahwa dalam setiap hari mereka selalu menyaksikan konten dakwah media sosial, adapun untuk durasi waktu berkisar antara 30 menit hingga 1 jam bergantung pada seberapa tertariknya mereka dengan konten dakwah tersebut.

b. Cukup Sering

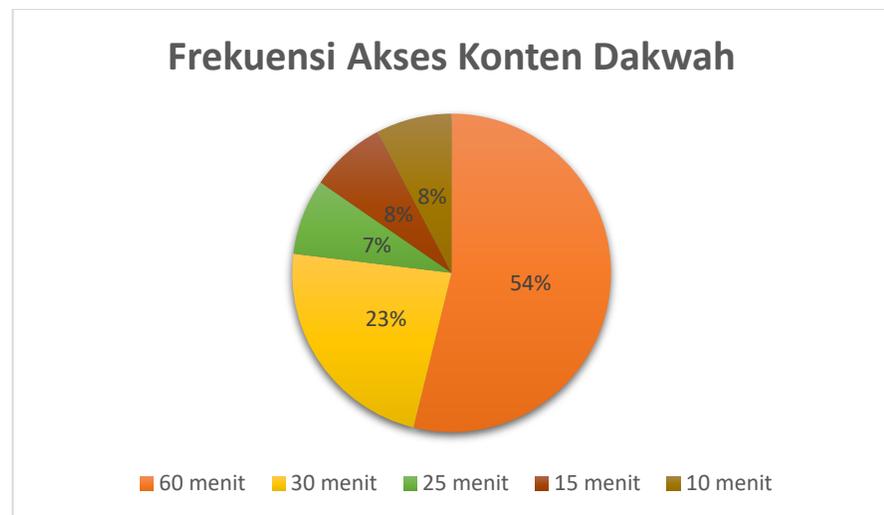
Pada kategori cukup sering, peneliti memberikan batasan waktu yang berkisar antara 15 menit hingga 30 menit dalam satu hari. Di antara mahasiswa menyatakan bahwa dalam satu hari terkadang

mereka menyaksikan konten dakwah, namun untuk durasi waktu yang dihabiskan tidak terlalu lama.

c. Tidak sering

Kategori yang ketiga adalah tidak sering menyaksikan konten dakwah media sosial, di mana dalam menyaksikan konten dakwah waktu yang dihabiskan oleh mahasiswa kurang dari 15 menit.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dapat diketahui bahwa mereka cenderung memiliki frekuensi akses konten dakwah media sosial yang berbeda-beda. Adapun frekuensi akses konten dakwah media sosial oleh 13 orang informan yang merupakan mahasiswa PAI UIN Malang dapat digambarkan sebagaimana berikut :



Tabel 4.2 Bagan frekuensi akses konten dakwah media sosial

Berdasarkan bagan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar para informan menyatakan bahwa mereka sering menyaksikan konten

dakwah media sosial di mana mereka terkadang menyaksikan konten dakwah 30 menit hingga sampai berjam-jam dalam satu hari.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh salah satu informan :

“ Untuk durasi waktu saya menonton itu, kalau misal dirata-rata dalam satu hari mungkin sekitar setengah jam sampai satu jam itu sudah cukup” (MYM.RM.1.01)<sup>128</sup>

Pernyataan yang senada juga diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Kalau untuk durasi waktu itu tergantung pada apa yang sedang saya tonton, kalau memang yang saya tonton itu dari tik-tok itu memang durasinya pendek tapi dalam sehari saya bisa menonton lebih dari beberapa kali. Nah kalau saya biasanya nonton melalui youtube mungkin sekitar satu jam” (MM.RM.1.01)<sup>129</sup>

Adapun mahasiswa yang mengakses konten dakwah media sosial dengan kategori cukup sering dalam menyaksikan konten dakwah kurang dari 30 menit, sebagaimana yang disebutkan oleh salah satu informan :

“ Kalau saya bisa dibilang lumayan lama mbak, kalau sedang menonton video atau scroll konten dakwah itu biasanya sekitar 25 menit” (SF.RM.1.02)<sup>130</sup>

Informan yang termasuk dalam kategori tidak sering mengakses konten dakwah media sosial menyatakan bahwa dalam satu hari,

---

<sup>128</sup> Hasil wawancara dengan Yusril Maulana sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 7 Maret 2023 pada pukul 17.30 WIB

<sup>129</sup> Hasil wawancara dengan Misbahul Munir sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 8 Maret 2023 pada pukul 19.20 WIB

<sup>130</sup> Hasil wawancara dengan Siti Fatimah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 17 Desember 2022 pada pukul 10.30 WIB

mereka menyaksikan konten dakwah media sosial kurang dari 15 menit.

Hal ini sebagaimana yang dijelaskan oleh salah satu informan :

“ Kalau memang saya lihat kontennya menarik biasanya, saya tonton terus paling lama 10-15 menitlah, tapi kalau memang kurang menarik buat saya biasanya sebentar saja.”(KMS.RM.1.02)<sup>131</sup>

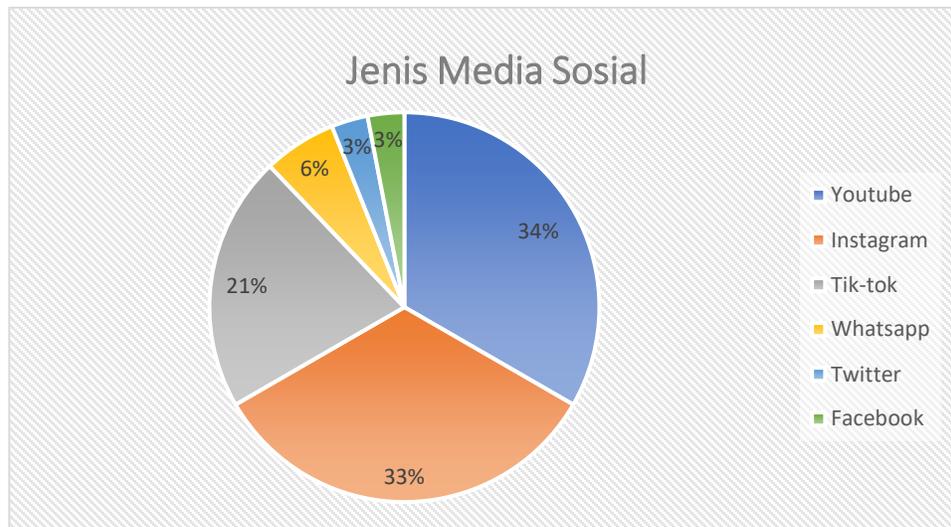
Frekuensi informan dalam menyaksikan konten dakwah media sosial berbeda-beda hal ini bergantung pada seberapa lamanya mereka bermain media sosial serta ketertarikan mereka terhadap konten dakwah yang termuat di media sosial. Semakin tertarik mahasiswa kepada konten dakwah yang disampaikan, maka akan semakin semakin frkuensi mahasiswa dalam menyaksikan konten dakwah di media sosial. Konten-konten dakwah media sosial yang diakses oleh mahasiswa PAI UIN Malang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**a. Tipologi konten dakwah berdasarkan media dakwah**

Media sosial memiliki berbagai jenis yang berbeda-beda baik yang bersifat blog, microblogging, media sharing, dan lainnya Adapun media sosial yang digunakan untuk mengakses konten dakwah sebagaimana yang dapat digambarkan pada bagan berikut:

---

<sup>131</sup> Hasil wawancara dengan Koesni Mandala Saputra sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 19 Desember 2022



Tabel 4.3 Bagan jenis media sosial yang memuat konten dakwah

Berdasarkan bagan tersebut, persentase jenis media sosial yang paling banyak digunakan informan dalam mengakses konten dakwah adalah Youtube, Instagram, dan Tik-tok. Adapun ketiga media sosial tersebut banyak lebih disukai mahasiswa, hal ini karena media tersebut tergolong dalam media audio visual yang menampilkan gambar dan suara sehingga mampu menarik perhatian dan mempermudah mahasiswa selama menyaksikan konten dakwah. Hal ini sebagaimana yang disebutkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Saya biasanya melihat konten dakwah melalui Youtube, Instagram, dan sekarang kan yang memang sedang *viral* itu media sosial tik-tok, nah alasan saya menggunakan platform tersebut karena memang media tersebut kan audio visual jadi ada penjelasan dari *dâ'i* dan disertai

dengan gambar sehingga menurut saya lebih bisa dinikmati”(YM.RM.1.02)<sup>132</sup>

Pernyataan yang senada juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Biasanya saya menggunakan Youtube, Tik-tok, Reels Instagram atau Facebook, karena saya lebih suka yang dia itu berbentuk video daripada gambar atau foto saja karena menurut saya lebih jelas dan lebih mudah dipahami.”(MYM.RM.1.02)<sup>133</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancara dengan peneliti :

“ Yang lebih sering saya gunakan itu media sosial Instagram, tik-tok, dan Twitter, kalau Tik-tok dan Instagram karena memang bentuknya kan video sehingga lebih nyaman” (NAA.RM.1.02)<sup>134</sup>

Sebagaimana pengamatan yang dilakukan peneliti dalam beberapa media sosial konten-konten dakwah memang banyak yang termuat dalam media sosial seperti Youtube, Tik-tok, dan Instagram. Banyak sekali ditemukan akun-akun media dakwah dan akun pribadi para *dâ'i* yang aktif membagikan berbagai macam konten dakwah di media sosial misalnya Buya Yahya, ustaz Adi Hidayat, ustaz Abdul Somad, ustadz Hanan Attaki, ustazah Halimah Alaydrus, ustazah Oki Setiana Dewi, serta para *dâ'i* dari golongan muda seperti

---

<sup>132</sup> Hasil wawancara dengan Yuliana Mardani sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Desember 2022 pada pukul 10.00 WIB

<sup>133</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Yusril Maulana sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 07 Maret 2023 pada pukul 17.30 WIB

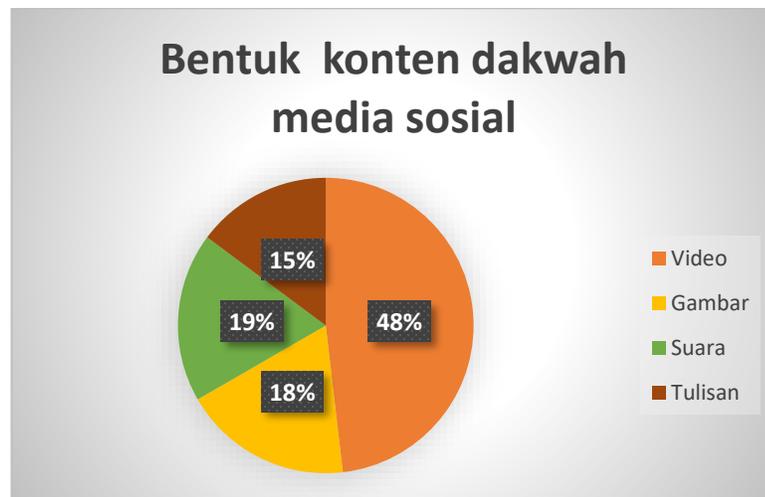
<sup>134</sup> Hasil wawancara dengan Nor Aini Azizatul Uljana Binti Musai sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 21 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

Husain Basyaiban yang kerap membagikan konten dakwah berupa tulisan dan video melalui akun media sosial milik mereka.

**b. Konten dakwah yang diakses mahasiswa berdasarkan bentuk konten dakwah**

Penyampaian ajaran-ajaran agama Islam melalui konten dakwah media sosial dapat dilakukan melalui berbagai platform dan disajikan dengan berbagai bentuk. Konten-konten dakwah media sosial dibagikan dalam beberapa bentuk seperti video ceramah, *live streaming*, video animasi, *podcast*, foto/gambar, serta tulisan.<sup>135</sup>

Konten dakwah media sosial yang diakses mahasiswa PAI UIN Malang dapat digambarkan dalam bagan berikut :



Bagan 4.4 Bentuk konten dakwah media sosial

<sup>135</sup> Hasil pengamatan peneliti di berbagai media sosial pada tanggal 15 Januari 2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan diketahui bahwa mereka sering kali melihat konten dakwah dalam yang berbeda-beda bentuk baik berbentuk video, gambar, suara, tulisan. Namun, mahasiswa cenderung lebih menyukai konten dakwah dalam bentuk video ceramah dan rekaman suara (*podcast*). Hal ini karena sifatnya sendiri di mana mahasiswa tidak hanya mendengarkan namun dapat melihat langsung gambar/video dari aktivitas ceramah *dâ'i*, Sebagaimana yang dinyatakan oleh salah seorang informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Saya biasanya menyaksikan konten-konten dalam bentuk video atau *live streaming*, karena menurut saya itulah bentuk dakwah yang real, kita mengetahui dari sumbernya langsung.”(SMH.RM.1.02)<sup>136</sup>

Pernyataan yang serupa juga diungkapkan oleh salah satu informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Biasanya saya lebih suka nonton konten dakwah dalam bentuk video ceramah, atau juga *podcast* yang penting yang mengangkat pembahasan tentang agama tapi tidak terlalu tegang dan serius.”(KMS.RM.1.03)<sup>137</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Yang biasanya saya tonton berupa video ceramah, quotes-quotes yang bentuknya video/foto, atau biasanya juga seperti voice over atau rekaman suara jadi yang ditampilkan hanya rekaman suara ustaz/ustazah saja”(NS.RM.1.02)<sup>138</sup>

---

<sup>136</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

<sup>137</sup> Hasil wawancara dengan Koesni Mandala Saputra sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 19 Desember 2022 pada pukul 09.30 WIB

<sup>138</sup> Hasil wawancara dengan Nasihat Sa'adah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 15.00 WIB

Pernyataan yang senada juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Kalau saya lebih sering menyaksikan konten dakwah dalam bentuk video ceramah karena saya lebih suka itu dibandingkan dengan hanya tulisan-tulisan.”(SZH.RM.1.02)<sup>139</sup>

Konten dakwah yang disampaikan melalui gambar dan tulisan yang diakses mahasiswa adalah yang berisi tentang kata-kata motivasi Islami. Menurut mahasiswa konten dakwah yang disampaikan melalui tulisan kurang menarik dan mereka cenderung lebih cepat bosan serta lebih mudah memunculkan keraguan di dalam diri mengenai kebenaran isi tulisan tersebut. apabila tulisan itu tidak disertai dengan sumber rujukan yang jelas dan tidak disampaikan langsung oleh akun resmi milik *dâ'i*.

Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Kalau di Twitter kebanyakan kontennya kan berupa tulisan-tulisan ya, hanya saja terkadang memang jarang sekali tulisan itu disertai dengan patokan dalil-dalilnya apalagi yang menyampaikan bukan dari akun-akun resmi para ulama sehingga kurang bisa dipercaya, tetapi kalau di media sosial seperti Tik-tok, Instagram, atau Youtube itu kan berbentuk video sehingga mudah dipahami dan jelas siapa yang menyampaikan”(NAA.RM.1.03)<sup>140</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, para informan mengatakan bahwa di antara jenis konten dakwah yang disukai mahasiswa adalah konten berbentuk

---

<sup>139</sup> Hasil wawancara dengan Sultan Zulfian Hidayat sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Maret 2022 pada pukul 13.20 WIB

<sup>140</sup> Hasil wawancara dengan Nor Aini Azizatul Uljana Binti Musadi sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 23 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

video ceramah, serta *podcast* hal ini dikarenakan dakwah terasa lebih real dan terpercaya dibandingkan dengan konten-konten yang berupa tulisan, serta pesan dakwah yang disampaikan menjadi lebih mudah untuk dipahami.

**c. Konten dakwah yang diakses mahasiswa berdasarkan materi dakwah**

Muatan isi atau pembahasan dalam konten dakwah juga menjadi salah satu daya tarik dari konten dakwah media sosial. Isi konten dakwah media sosial yang sering disaksikan mahasiswa sangat luas dan beragam, terlebih dalam pembahasan yang terkait dengan hubungan manusia kepada Allah, sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“Kalau dari konten-konten dakwah yang saya jumpai hampir berkaitan dengan segala aspek mbak, baik dari segi Fiqh ibadah, Fiqh muamalah, akidah, akhlak, tasawuf bahkan biasanya saya juga menemukan konten dakwah yang berkaitan dengan Fiqh kewanitaan yang sering sekali dibawakan oleh Ning Sheila Hasina” (NS.RM.1.03)<sup>141</sup>

Pernyataan yang senada juga diungkapkan salah satu informan dalam wawancara dengan peneliti :

“Sejauh yang saya tonton, ya hampir ke semua aspek itu ada mbak. Jadi konten dakwah yang lewat itu temanya *random* saja, kadang berkaitan dengan masalah akidah, kadang masalah Fiqh, dan lain-lainnya”(SF.RM.1.03)<sup>142</sup>

Konten-konten dakwah yang sering ditemui mahasiswa berkaitan dengan seluruh aspek ajaran agama Islam. Namun konten dakwah yang paling sering

---

<sup>141</sup> Hasil wawancara dengan Nasihatun Sa'adah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

<sup>142</sup> Hasil wawancara dengan Siti Fatimah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 17 Desember 2022 pada pukul 10.30 WIB

ditemui adalah konten dakwah yang berkaitan dengan pembahasan seputar Fiqh, hal ini sebagaimana yang disebutkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Yang sering sekali saya tonton biasanya tentang fiqh, kalau terkait dengan tema-tema Akidah maupun Akhlak itu juga banyak, namun kalau saya pribadi lebih sering menyaksikan konten yang berkaitan dengan Fiqh”(NAA.RM.1.04)<sup>143</sup>

Hal yang senada juga diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancara dengan peneliti :

“ Menurut saya konten-konten dakwah yang lewat di media sosial itu temanya random kadang Akidah, Akhlak, Fiqh, Tarikh, tasawuf bahkan ilmu Al-Quran, tetapi kalau saya pribadi biasanya sering mencari yang berkaitan dengan Fiqh” (MYM.RM.1.03)<sup>144</sup>

Pernyataan yang serupa juga diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancara dengan peneliti :

“ Kalau yang sering lewat media sosial itu memang semua aspek itu ada. Tapi mungkin yang paling banyak saya saksikan adalah yang berkaitan dengan Aqidah atau Fiqh”(SZH.RM.1.03)<sup>145</sup>

Ajaran-ajaran Islam yang disampaikan melalui konten dakwah media sosial membahas mengenai berbagai macam aspek kehidupan manusia baik itu yang berhubungan dengan permasalahan Akidah, Akhlak, Fiqh dan hal-hal lainnya. Berdasarkan pengamatan peneliti, biasanya konten dakwah banyak yang

---

<sup>143</sup> Hasil wawancara dengan Nor Aini Azizatul sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 21 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

<sup>144</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Yusril Maulana sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 7 Maret 2023 pada pukul 17.30 WIB

<sup>145</sup> Hasil wawancara dengan Sultan Zulfian Hidayat sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 9 Maret 2023 pada pukul 13. 20 WIB

berkaitan dengan Fiqh ibadah, Fiqh muamalah. Pembahasan pada aspek Akidah terkait tema-tema yang mampu meningkatkan keyakinan dan keimanan kepada Allah dan rasulnya. Pembahasan seputar Akhlak dan moral, serta konten-konten yang mengangkat mengenai pembelajaran Al-Quran seperti kaidah-kaidah membaca Al-Quran (tajwid) atau murrotal Al-Quran, serta kata-kata motivasi Islam.<sup>146</sup>

Pembahasan konten dakwah biasanya juga berangkat dari hal-hal yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat, atau yang paling banyak dipertanyakan oleh masyarakat untuk meminta pendapat dari para ulama/da'i dari sudut pandang ajaran Islam, sebagaimana yang dinyatakan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Sejauh ini saya merasa bahwa dakwah di media sosial khususnya pada ustaz dan ustazah yang saya sebutkan tadi memang cukup menyelaraskan isi konten-konten dakwahnya dengan masalah yang terjadi di masyarakat. Mungkin tema yang dibawakan memang merupakan pembahasan yang dasar dan sudah ada hanya saja disertai dengan *studi case* yang nyata di masyarakat.”(SMH.RM.1.03)<sup>147</sup>

Pernyataan tersebut di perkuat dengan pernyataan informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

“Memang konten dakwah itu bermacam-macam, jadi sering juga ada para ulama yang memberikan respon atau tanggapan dengan membuat konten dakwah yang berkaitan dengan masalah yang sedang ramai misalnya ada kasus waktu itu anak yang berlaku keras pada orang tua itu langsung dibahas dari sisi Islam.”(MM.RM.1.02)<sup>148</sup>

---

<sup>146</sup> Hasil pengamatan peneliti dalam berbagai jenis media sosial pada tanggal 16 Januari 2023

<sup>147</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

<sup>148</sup> Hasil wawancara dengan Misbahul Munir sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 08 Desember 2023 pada pukul 19.20 WIB

Selain mengangkat tema-tema pembahasan seputar *hablu minallah*, para *da'i* yang menyampaikan konten-konten dakwah media sosial juga mengangkat tema-tema pembahasan yang berkaitan dengan aspek kehidupan sosial, yang mana hal ini mampu menumbuhkan kesadaran dalam diri seseorang agar selain perlu memperhatikan dan menjaga hubungan baik dengan Allah SWT, manusia juga harus menjaga hubungan baik dengan sesama manusia (*hablu minannas*), sebagaimana pernyataan yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya :

“ Banyak juga yang saya tahu konten-konten dakwah yang menyampaikan tentang *hablu minannas*, sehingga seimbang pembahasannya antara *hablu minallah* dan *hablu minannas* karena kan yang kita tahu menjaga hubungan baik dengan sesama manusia itu juga penting”(SMH.RM.1.04)<sup>149</sup>

**d. Konten dakwah yang diakses mahasiswa berdasarkan cara penyampaian *da'i***

Cara *da'i* dalam menyampaikan ajaran dan nilai-nilai agama Islam juga turut menjadi salah satu faktor yang penting sehingga *mad'u* khususnya kelompok anak muda yang banyak menggunakan media sosial. Konten-konten dakwah yang disaksikan mahasiswa paling banyak adalah video ceramah, yang mana dalam menyampaikan isi atau ajaran Islam *da'i* menggunakan metode ceramah.

---

<sup>149</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

Dalam menggunakan metode ceramah, cara penyampaian *da'i* menjadi hal yang sangat penting. Konten-konten dakwah yang disampaikan dengan bahasa yang tegas dan keras, akan sangat sulit diterima oleh *mad'u*.

Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa mengikuti konten-konten dakwah yang disampaikan oleh *da'i* yang memang populer dan dalam berdakwah *da'i* berusaha bersikap ditengah-tengah dan tidak memaksakan kepada satu paham dan golongan, dan selalu menyikapi perbedaan dengan menyampaikan dari dua sisi. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Menurut saya, para *da'i* yang saya tonton itu dalam menyampaikan konten dakwah itu sifatnya moderat. Ya mungkin dalam dakwah media sosial ada yang sikapnya tidak moderat akan tetap saya pribadi menghindari dan jarang menemui yang seperti itu”(MGR.RM.1.01)<sup>150</sup>

Dalam menyampaikan konten dakwah media sosial, *da'i* memiliki ciri khas dan karakter tersendiri, ada yang menyampaikan dengan gaya ceramah klasik yang serius, juga terdapat beberapa *da'i* yang berdakwah dengan pendekatan yang lebih santai dan khas anak muda. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancara dengan peneliti :

“ Menurut saya selama melihat konten media sosial itu bahasanya jelas dan mudah dipahami, terutama bagi para *da'i* millennial seperti ustaz Agam yang menggunakan bahasa dan mengangkat pembahasan yang berkaitan dengan kehidupan anak muda.(SF.RM.1.04)<sup>151</sup>

---

<sup>150</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Galih Rizky Ramadhan sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 8 Maret 2023 pada pukul 08.30 WIB

<sup>151</sup> Hasil wawancara dengan Siti Fatimah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 17 Desember 2022 pukul 10.30 WIB

Pernyataan yang senada juga disebutkan oleh salah satu informan dalam wawancarnya dengan pentliti :

“ Kalau yang saya saksikan konten dakwah itu biasanya dikaitkan dengan kondisi nyata di masyarakat, sehingga mudah dipahami. Pembawaannya berbeda ada yang disampaikan dengan bahasa yang anak muda sekali dan diselingi dengan guyon, ada yang memang serius dan bahasa yang agak tinggi namun mudah dipahami.”(NS.RM.1.04)<sup>152</sup>

Pernyataan yang sama juga disebutkan oleh salah satu informan:

“ Kalau hal ini tergantung pada apa isi ceramah yang sedang dibawakan itu perlu penekanan maka pembawaan ustaznya juga serius, tapi kalau pembahasannya santai biasanya diiringi dengan canda tawa juga dan kalau dari segi penyampaian mudah dipahami dan kita bisaa mengerti apa yang disampaikan sehingga masuk hati.”(MZSS.RM.1.01)<sup>153</sup>

Dari segi gaya penyampaian dakwah, mahasiswa menilai bahwa setiap *da'i* akan menyesuaikan gaya dan pembawaan dengan materi yang dibawakan. Ketika sesuatu materi butuh untuk ditekankan, maka *da'i* akan lebih serius, juga terdapat *da'i* yang kerap berdakwah dengan gaya khas anak muda karena memang sasaran dakwahnya adalah anak muda seperti Ustza Hanan Attaki.

Para informan sebagai kaum muda lebih tertarik pada penyajian konten dakwah dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, penyampaian dakwah dengan gaya yang santai, tidak terlalu keras dan memaksa serta diselingi dengan canda tawa dan guyonan yang masih terjaga, hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancarnya dengan peneliti:

---

<sup>152</sup> Hasil wawancara dengan Nasihatun Sa'adah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

<sup>153</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Zayyin Syahrul Sya'bana sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 7 Maret 2023 pada pukul 13.15 WIB

“ Menurut saya penyampaian konten-konten dakwah media sosial selama ini menggunakan bahasa yang mudah dipahami bagi setiap golongan masyarakat baik anak remaja hingga orang tua karena bahasanya *simple*..”(SMH.RM.1.05)<sup>154</sup>

Hal yang senada juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Kalau yang biasanya saya lihat memang kebanyakan video-video ceramah itu disampaikan dengan sangat runtut dan jelas terus bahasanya mudah dipahami, serta terkesan tidak memaksa dan keras.” (YM.RM.1.03)<sup>155</sup>

Kedua pernyataan tersebut juga diperkuat oleh salah satu pendapat informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Sejauh pengamatan saya *dâ'i* itu memiliki khas sendiri. Ada yang keras, ada yang santai dan lembut, dan ada yang lebih menyatu dengan anak muda, seperti yang biasa saya saksikan itu ustaz Hanan Attaki itu lebih santai bahasanya juga khas anak muda sekali jadi saya merasa lebih nyaman.”(SZH.RM.1.04)<sup>156</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa, dalam menyampaikan ceramah, khususnya dalam beberapa pembahasan yang membutuhkan penekanan, *da'i* akan menyampaikan ceramah dengan serius namun mereka juga menyaksikan dan menyukai ceramah dari para *dâ'i* dengan pendekatan yang lembut, santai, dan dekat dengan anak muda, tidak memaksa dan keras serta menggunakan bahasa-bahasa yang ringan dan mudah dipahami.

---

<sup>154</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

<sup>155</sup> Hasil wawancara dengan Yuliana Mardani sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Desember 2022 pada pukul 10.00 WIB

<sup>156</sup> Hasil wawancara dengan Sultan Zulfian Hidayat sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Maret 2023 pada pukul 13.20 WIB

Dalam pengamatan yang dilakukan peneliti terdapat pula *dâ'i* yang dalam menyampaikan dakwah menggunakan bahasa daerah seperti Gus Baha, Kiai Anwar Zaid, dan lain-lain yang memang notabene adalah pendakwah yang berasal dari pulau Jawa sehingga dalam menyampaikan dakwahnya di dominasi penggunaan bahasa Jawa, namun terkadang terdapat beberapa akun-akun yang mengunggah ulang video ceramah dengan disertai teks terjemahan dalam Bahasa Indonesia, sehingga isi pesan yang ingin disampaikan oleh *dâ'i* tetap dapat dipahami oleh seluruh kalangan yang berasal dari luar pulau Jawa.<sup>157</sup>

## **2. Praktik perilaku beragama mahasiswa PAI UIN Malang pada aspek ibadah *maḥḍah* setelah menyaksikan konten dakwah media sosial.**

Konten dakwah media sosial yang diakses oleh para informan memberikan dampak pada diri mereka dapat memberikan dampak pada diri seseorang. Informan yang cenderung sering mengakses konten dakwah dapat merasakan dampak dari adanya konten dakwah media sosial ini terhadap diri mereka, yang dimana konten dakwah media sosial membuat mereka menjadi lebih memahami dan termotivasi dalam beragama. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Saya merasa tergugah dengan apa yang disampaikan dalam konten dakwah media sosial, karena saya benar-benar berusaha untuk memahami dan juga menerapkannya.”(AM.RM.2.02)<sup>158</sup>

---

<sup>157</sup> Hasil pengamatan peneliti di media sosial pada tanggal 20 Januari 2023

<sup>158</sup> Hasil wawancara dengan Aisyah Maulidina sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pukul 15.00 WIB

Pendapat yang senada juga disampaikan oleh salah satu informan yang sering mengakses konten dakwah media sosial :

“ Saya pribadi merasa lebih tergugah semisal ketika ada hal yang dulu saya lakukan ternyata dalam pandangan agama itu adalah hal yang salah, maka itu dapat menyadarkan dan membuat paham bahwa itu adalah hal yang salah.”(SMH.RM.2.06)<sup>159</sup>

Sedangkan mahasiswa yang tidak terlalu sering menyaksikan konten dakwah menyatakan bahwa ia menyadari ketika menyaksikan konten dakwah hatinya menjadi tergugah dan menjadi sadar, namun ketika kemudian tidak menyaksikan konten dakwah tidak ada dampak yang terlalu dirasakan. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Menurut saya menyaksikan konten dakwah itu seperti nge-charge iman, jadi kadang saya sehabis menyaksikan konten dakwah itu menjadi termenung dan sadar tentang kesalahan-kesalahan dan kekurangan kita, namun kalau sudah lama akan kembali lagi seperti awal.”(KMS.RM.2.04)<sup>160</sup>

Berdasarkan hasil wawancara bahwa mahasiswa yang sering mengakses dan menyaksikan konten dakwah media sosial dapat merasakan pemahamannya terhadap ajaran agama Islam menjadi bertambah serta mengenai sikap mereka yang terbuka dalam menerima konten dakwah mampu membuka mata hati dan pikiran, sehingga ia menjadi tergugah dan terbangun kesadarannya dalam

---

<sup>159</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pukul 09.00 WIB

<sup>160</sup> Hasil wawancara dengan Koesni Mandala Saputro sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 19 Desember 2022 pukul 09.30 WIB

beragama. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Selama saya menonton konten dakwah di media sosial banyak sekali pesan-pesan yang mampu membuat saya menjadi terbuka dan sadar, misalnya ketika saya sedang merasa putus asa atau kurang semangat dalam beribadah, nah biasanya melalui konten-konten dakwah itu bisa mengembalikan sisi-sisi positif dalam diri saya” (YM.RM.2.04)<sup>161</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh salah seorang informan dalam wawancara dengan peneliti :

“Saya menjadi terbangun juga kesadaran beragamanya, karena kan dengan adanya konten seperti itu bisa menambah semangat juga dalam ibadah dan lain sejenisnya.”(SZH.RM.2.05)<sup>162</sup>

Adanya konten dakwah media sosial juga dapat menjadi sebuah pengingat bagi seseorang atas kekurangan dan kesalahan diri, terutama ketika isi pesan yang disampaikan sangat bertepatan dengan kondisi yang dialami seseorang. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan:

“Menurut saya menonton konten dakwah itu seperti kita *nge-charge* iman, jadi kadang sehabis nonton konten dakwah itu kita menjadi termenung menjadi sadar tentang kesalahan-kesalahan dan kekurangan kita.”(KMS.RM.2.04)<sup>163</sup>

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

---

<sup>161</sup> Hasil wawancara dengan Yuliana Mardani sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

<sup>162</sup> Hasil wawancara dengan Sultan Zulfian Hidayat sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 9 Maret 2023 pukul 13.20 WIB

<sup>163</sup> Hasil wawancara dengan Koesni Mandala Saputra sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 19 Desember 2022 pada pukul 09.30 WIB

“ Sangat tergugah terutama ketika melihat konten dakwah yang pembahasannya *relate* dengan kondisi saya saat, maka hal itu bisa membangun semangat saya.”(MM.RM.2.03)<sup>164</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, mereka menyatakan bahwa konten dakwah media sosial dapat menjadi sarana yang mampu membantu seseorang untuk mengubah perilaku beragama khususnya dalam hal ini perilaku beragama pada aspek ibadah sehari-hari, meskipun hal itu tetap dipengaruhi oleh keinginan dan niat dalam diri, namun konten dakwah media sosial dapat menjadi sarana yang memotivasi dan mendorong untuk memperbaiki dan kualitas ibadah mereka menjadi lebih baik. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Menurut saya hadirnya konten dakwah media sosial sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan *insight* sehingga kita bisa mengerti dan juga seiring waktu bisa berubah menjadi lebih baik, apalagi kan di zaman sekarang memang semua orang itu tidak bisa lepas untuk tidak bermain media sosial begitu. Jadi ini bisalah menjadi sarana apalagi kalau memang kita sibuk dan sulit hadir di pengajian.”(MM.RM.2.04)<sup>165</sup>

Mahasiswa yang banyak menyaksikan konten dakwah media sosial mengalami perubahan perilaku beragama, khususnya perilaku beragama kepada Allah SWT. Kewajiban manusia adalah menghamba kepada Allah SWT dan salah satu bentuk penghambaan kepada Allah SWT adalah dengan

---

<sup>164</sup> Hasil wawancara dengan Misbahul Munir sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 8 Maret 2023 pada pukul 19.30 WIB

<sup>165</sup> Hasil wawancara dengan Misbahul Munir sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 8 Maret 2023 pada pukul 19.20 WIB

senantiasa menjalankan segala perintahnya dalam kehidupan sehari-hari termasuk menjalankan ibadah *maḥḍah* yang langsung ditujukan kepada Allah SWT. Berikut akan dipaparkan secara rinci terkait praktik perilaku beragama pada aspek ibadah *maḥḍah* setelah mengakses konten dakwah media sosial:

a. Shalat

Pada aspek ibadah shalat, para mahasiswa sering menemukan konten dakwah yang berkaitan dengan ketentuan-ketentuan hukum shalat seperti, tata cara, serta ceramah yang berisikan tentang keutamaan-keutamaan.

Konten dakwah yang memuat pembahasan mengenai ibadah shalat, memberikan dorongan dalam diri informan dalam hal ini mahasiswa PAI UIN Malang yang sering menyaksikan konten dakwah, di mana mereka menjadi termotivasi untuk lebih disiplin dalam menegakkan berbagai ketentuan hukum dalam shalat, sehingga hal ini dapat meningkatkan kualitas pelaksanaan ibadah shalat, serta menjadi lebih termotivasi dan rajin meningkatkan kuantitas ibadah shalat sunah. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Banyak sekali konten dakwah yang membahas tentang ibadah shalat, dan saya merasa ada perubahan dalam diri saya. Misalnya terkait dengan ibadah shalat dimana dari dulu kita hanya sekedar tahu seperti rukunnya, syaratnya itu hanya sekedar tahu, tapi sekarang lebih memperhatikan dan mempelajari lagi secara mendalam bagaimana gerakan-gerakan yang benar, dan lainnya terus juga banyak sekali konten-konten dakwah yang dia itu mengajak untuk menegakkan shalat sunah misalnya menjelaskan mengenai keutamaan-keutamaan begitu dan itu membuat saya menjadi terdorong untuk menegakkan ibadah

shalat sunah yang selama ini mungkin saya abaikan.”(SMH.RM.2.07)<sup>166</sup>

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

“Kalau saya pribadi iya, malah ilmu-ilmu Fiqh itu banyak sekali saya pelajari dari referensi di media sosial walaupun juga ada datang ke kajian ilmu. Dan hal itu berdampak pada saya dalam memperbaiki kualitas shalat jadi shalat tidak hanya sekedar shalat, dan tentunya saya pribadi menjadi lebih disiplin juga”(SZH.RM.2.06)<sup>167</sup>

Konten dakwah media sosial juga turut serta membangun kedisiplinan dalam diri *mad'u* untuk dapat menjalankan shalat 5 waktu, yang mana hal ini terkadang kurang diperhatikan oleh mahasiswa terutama ketika sedang sibuk berkegiatan, sebagaimana yang disebutkan oleh salah seorang informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Saya menjadi lebih rajin lagi dalam beribadah, contoh kecilnya yang terjadi dalam diri saya itu mbak kalau dulu saya sering sekali menunda-nunda waktu shalat maka sekarang saya lebih memperhatikan shalat terutama disiplin ketika selesai azan kalau memang tidak ada keperluan saya langsung melaksanakan shalat.”(YM.RM.2.05)<sup>168</sup>

Adapun, informan yang tidak terlalu sering menyaksikan konten dakwah menyatakan bahwa pada dasarnya pondasi keilmuan mereka terutama tentang Fiqh sudah didapatkan dari pembelajaran selama menempuh

---

<sup>166</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

<sup>167</sup> Hasil wawancara dengan Sultan Zulfian Hidayat sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Maret 2023 pada pukul 13.20 WIB

<sup>168</sup> Hasil wawancara dengan Yuliana Mardani sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 09 Desember 2022 pada pukul 10.00 WIB

pendidikan. Sehingga konten dakwah sifatnya hanya sebagai pengingat misalnya berkaitan dengan ketentuan hukum yang mengatur pelaksanaan ibadah shalat yang mungkin dikurang diperhatikan, dalam hal ini kurang memberikan dampak yang signifikan. Hal ini seperti yang disebutkan oleh salah satu informan:

“ Karena saya pribadi memang sudah banyak belajar di pondok sehingga pondasi keilmuan agama terutama fiqh itu sudah ada, hanya saja terkadang itu suka lupa dan tidak diterapkan. Jadi adanya konten dakwah ini terkadang hanya menjadi bahan pengingat.”(KMS.RM.2.05)<sup>169</sup>

Berdasarkan wawancara dengan para informan dapat diketahui bahwa setelah menyaksikan konten dakwah media sosial, mereka menjadi lebih disiplin dalam melaksanakan shalat dengan sesuai tuntunan, serta menjadi lebih disiplin dan rajin dalam beribadah baik shalat fardu maupun sunah.

#### b. Puasa

Pembahasan dalam konten-konten dakwah yang memuat tentang pelaksanaan ibadah puasa mampu memberikan dorongan bagi diri informan yang sering menyaksikan hal tersebut untuk menjaga *keistiqomahan* dalam melaksanakan ibadah puasa khususnya dalam puasa sunah, Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Menurut saya ceramah tentang ibadah puasa itu intensitas nya tidak sebanyak pembahasan yang lain. Tapi tetap selalu ada dan

---

<sup>169</sup> Hasil wawancara dengan Koesni Mandala Saputra sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 19 Desember 2022 pada pukul 09.30 WIB

biasanya membahas tentang puasa-puasa sunah seperti fadhilahnya, aturannya, dan saya biasanya juga menjadi termotivasi untuk selalu menerapkan puasa-puasa sunah meskipun dalam beberapa waktu kadang masih kurang konsisten” (SMH.RM.2.08)<sup>170</sup>

Pernyataan yang senada juga disampaikan oleh salah seorang informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Iya saya rasa melalui konten dakwah juga bisa menjadi motivasi atau dorongan sehingga kita bisa *istiqomah* lagi, karena terkadang saya pribadi sudah tahu ilmunya tapi jarang dilaksanakan seperti misalnya kurang *istiqomah* berpuasa sunah kadang ada konten dakwah yang membahas mengenai kaya ganjaran dan keutamaannya sehingga muncul *keistiqomahan* untuk berpuasa sunah, biasanya saya selalu menjalankan puasa sunah Senin-kamis.”(NS.RM.2.05)<sup>171</sup>

Berdasarkan jawaban para informan dapat diketahui bahwa informan yang sering menyaksikan konten dakwah di media sosial mampu menumbuhkan motivasi dalam diri mereka untuk menjalankan puasa-puasa sunah, yang sebelumnya diabaikan. Motivasi ini muncul akibat adanya konten dakwah yang membahas seputar keutamaan yang akan didapat oleh seseorang yang menjalankan ibadah-ibadah puasa sunah tertentu.

Selain itu konten dakwah media sosial juga memuat pesan-pesan atau informasi yang berkaitan dengan waktu-waktu pelaksanaan ibadah

---

<sup>170</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB di Malang

<sup>171</sup> Hasil wawancara dengan Nasihat Sa'adah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB di Malang

puasa sunah, sehingga hal ini dapat menjadi sebuah pengingat agar seseorang tidak ketinggalan menjalankan ibadah puasa di momen atau bulan-bulan tertentu. Hal ini sebagaimana yang disebutkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Kalau berkaitan dengan ibadah puasa untuk konten-konten nya yang saya temui biasanya memang seputar waktu pelaksanaan ibadah-ibadah puasa sunah atau seperti hukumnya. Menurut saya ini cukup membantu dan kita bisa menjadi lebih memperhatikan kapan waktu-waktunya untuk berpuasa sunah dan tidak mengentengkan atau lupa meskipun hari-hari biasa.” (AM.RM.2.03)<sup>172</sup>

Konten-konten dakwah yang memuat pembahasan seputar ibadah puasa juga menjadi pengingat mahasiswa untuk memahami tentang ketentuan hukum yang mengatur tentang ibadah puasa yang sebelumnya kurang dipahami atau tidak diketahui. Sehingga, mereka akan lebih disiplin diri dalam berpuasa sehingga ibadahnya menjadi lebih bermakna, sebagaimana yang dinyatakan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Biasanya kalau konten-konten dakwah yang membahas tentang puasa itu ada yang berkaitan dengan *rukhsah* puasa, dan meningkatkan kualitas puasanya sih karena kita sudah tahu ilmunya.” (NAA.RM.2.05)<sup>173</sup>

---

<sup>172</sup> Hasil wawancara dengan Aisyah Maulidina sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 15.00 WIB di Malang

<sup>173</sup> Hasil wawancara dengan Nur Aini Azizatul Uljana Bintu Musai sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 21 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

Pernyataan yang serupa juga dinyatakan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti:

“Terkadang ada konten-konten dakwah yang dia itu menjelaskan mengenai keutamaan puasa sunah seperti Rajab, puasa Syaban, atau informasi-informasi lain yang berkaitan dengan puasa yang saya tidak paham atau dapatkan sebelumnya. Nah ini membantu saya untuk lebih meningkatkan lagi mengenai pemahaman dan pengamalan saya dalam menegakkan ibadah puasa khususnya ibadah puasa sunah.”(MYM.RM.2.04)<sup>174</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan dapat diketahui bahwa konten dakwah media sosial terlibat dalam membangun semangat dan kedisiplinan diri untuk berpuasa dengan sungguh-sungguh, serta memberikan kesadaran untuk senantiasa *istiqomah* melakukan ibadah puasa sunah seperti puasa sunah.

c. Membaca Al-Quran

Konten dakwah media sosial dapat menjadi sarana untuk belajar tentang Al-Quran, hal ini disebabkan karena ditemukan adanya akun-akun dan konten dakwah yang berisi tentang kajian Al-Quran seperti halnya video tentang ketentuan hukum tajwid, serta ceramah mengenai *fadilah-fadilah* Al-Quran. Menurut informan adanya konten tersebut dapat membantu mereka untuk dapat memperbaiki bacaan Al-Quran sesuai dengan hukum tajwid, membuat mereka menjadi lebih rajin

---

<sup>174</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Yusril Maulana sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 07 Maret 2023 pada pukul 17.30 WIB

membaca Al-Quran dimana mereka berusaha untuk membaca Al-Quran setiap hari dan berusaha dengan rajin untuk mengkhatamkan Al-Quran , seperti yang disebutkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti:

“ Biasanya saya sering melihat video-video yang menjelaskan tentang hukum-hukum bacaan tajwid mbak, jadi dari situ kan kita bisa ingat lagi apa yang sudah pernah dipelajari dan dicoba untuk selalu diterapkan ketika membaca Al-Quran, dan saya juga setiap hari selalu menyempatkan waktu membaca Al-Quran minimal satu hari satu lembar.”(SF.RM.2.05)<sup>175</sup>

Senada dengan pernyataan tersebut, informan lainnya menyatakan dalam wawancaranya:

“ Biasanya konten-konten yang berkaitan dengan Al-Quran itu lebih kepada membahas tentang hukum-hukum bacaan dan saya berusaha untuk memperhatikan lagi bacaan-bacaan Al-Quran saya, sehingga benar dalam membacanya tidak hanya dapat cepatnya saja terus ada juga konten yang membahas tentang sebuah kasus atau peristiwa yang *up to date* kemudian dibandingkan dengan isi atau kandungan ayat yang ada dalam Al-Quran yang membuat keyakinan kita itu menjadi bertambah bahwa ternyata isi dari Al-Quran itu benar dan sesuai dengan keadaan zaman.”(NAA.RM.2.06)<sup>176</sup>

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh informan lain dalam wawancaranya dengan peneliti :

“Saya lumayan sering melihat konten yang kaya mengaji-mengaji dan itu membantu saya untuk belajar dan memperhatikan makhraj huruf, hukum tajwidnya, bahkan jadi

---

<sup>175</sup> Hasil wawancara dengan Siti Fatimah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 17 Desember 2022 pada pukul 10.30 WIB

<sup>176</sup> Hasil wawancara dengan Nor Aini Azizatul Uljana Binti Musai sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 21 Desember 2022 pada pukul 14.30 WIB

sarana belajar untuk memperindah suara karena banyak juga kadang yang memberikan contoh praktik nada-nada dan irama seperti *bayyati*, dan lain-lain.”(MGR.RM.2.02)<sup>177</sup>

Sedangkan menurut salah satu informan yang tidak terlalu sering dalam menyaksikan konten dakwah yang berkaitan dengan ceramah-ceramah tentang Al-Quran mengatakan bahwa, tidak terlalu tampak adanya perbedaan terhadap perilaku beragamanya terkait ibadah membaca Al-Quran, dimana setiap hari ia memang akan selalu membaca Al-Quran dan menurutnya dalam belajar khususnya yang berkaitan dengan isi kandungan Al-Quran lebih baik jika menemui guru secara langsung, sebagaimana pernyataannya dalam wawancara dengan peneliti :

“ Menurut saya pribadi saya jarang menyaksikan konten-konten yang berkaitan dengan pembelajaran Al-Quran, karena memang saya sendiri sudah mempunyai guru untuk belajar terkait hal tersebut, sehingga menurut saya memang bisa saja kita belajar mengenai tentang Al-Quran itu melalui medsos untuk pengetahuan dasar seperti misalnya memperindah bacaan Al-Quran dan mendengar ceramah tentang isi Al-Quran, namun memang supaya lebih bagus dan maksimal dalam melatih dan menerapkan hal itu tidak cukup hanya melalui konten dakwah namun perlu mencari guru.”(MZSS.RM.2.02)<sup>178</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa informan yang sering mengakses konten dakwah media sosial mengatakan bahwa mereka sering menjumpai konten yang membahas tentang Al-Quran, dan hal itu mampu menumbuhkan motivasi untuk senantiasa memperbaiki dan

---

<sup>177</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Galih Rizky Ramadhan sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 08 Maret 2023 pada pukul 08.30 WIB

<sup>178</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Zayyin Syahru Sya'bana sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 7 Maret 2023 pada pukul 13.15 WIB

memperindah bacaan Al-Quran, serta menjadi lebih disiplin untuk meng*khatamkan* Al-Quran. Namun ditemukan mahasiswa yang tidak sering menyaksikan konten dakwah media sosial mengenai Al-Quran menyatakan bahwa adanya konten dakwah yang berkaitan dengan Al-Quran hanya sebagai pengetahuan dasar adapun untuk mempelajari supaya lebih baik dan maksimal dalam melatih dan menerapkan ajaran tersebut membutuhkan guru secara langsung.

d. Zikir dan doa-doa harian

Pesan-pesan yang termuat dalam konten dakwah media sosial juga banyak yang memberikan informasi mengenai doa-doa maupun zikir-zikir harian yang bisa diterapkan oleh *mad'u* disela-sela menjalankan aktivitas sehari-hari agar dapat semakin mendekatkan diri kepada Allah dan mendapatkan keutamaan-keutamaan dari doa-doa yang diamalkan. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ iya biasanya ada video atau foto yang isinya berupa doa-doa dan keutamaannya. Nah biasanya saya juga ikut mengamalkan kalau memang menurut saya ini menarik dan dibutuhkan, misalnya doa untuk memperlancar urusan dan sebagainya.”  
(AM.RM.2.04)<sup>179</sup>

Hal yang senada diungkapkan oleh informan lainnya dalam wawancara dengan peneliti :

---

<sup>179</sup> Hasil wawancara dengan Aisyah Maulidina sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada puku 15.00 WIB

“Iya terkadang ada para ulama itu yang menjelaskan ya bacaan amalan zikir atau doa beserta fadhilahnya, dan pastinya mbak itu memunculkan motivasi diri saya untuk mengamalkannya juga meskipun terkadang memang kurang *istiqomah* tapi saya selalu berusaha juga mbak.”(MM.RM.2.05)<sup>180</sup>

Konten-konten dakwah yang memuat mengenai amalan-amalan zikir dan doa dapat membuat mahasiswa yang sering menyaksikan konten tersebut untuk dilaksanakan sehari-hari terlebih dalam momen-momen tertentu. Namun sebelum mengamalkannya para mahasiswa cukup selektif dalam memilih mana bacaan zikir dan doa yang memang jelas sumbernya baik itu dalam hadis yang pernah dibaca dan diajarkan oleh guru-guru mereka yang sesuai dengan tuntunan Nabi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh salah seorang informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Di media sosial itu saya sering menemukan konten-konten yang biasanya itu tentang amalan-amalan doa, nah saya sendiri kalau memang saya tahu doa itu ada dalam hadis atau memang pernah disampaikan langsung oleh ustaz dan ustazah saya akan menerapkan itu, namun biasanya ada juga yang sumbernya tidak jelas semisal saya pernah menemukan konten dakwah yang menganjurkan membaca doa untuk penyembuhan jerawat, nah yang seperti itu saya tidak menerapkan karena sumbernya tidak jelas dan lagi nanti malah pengharapannya berbeda.”(SMH.RM.2.09)<sup>181</sup>

---

<sup>180</sup> Hasil wawancara dengan Misbahul Munir sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 08 Maret 2023 pada pukul 19.20 WIB

<sup>181</sup> Hasil wawancara dengan Sofa Marwatul Huda sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09.00 WIB

Pernyataan senada juga diungkapkan oleh salah satu informan dalam wawancaranya dengan peneliti :

“ Di media sosial sendiri memang saya banyak menemukan video biasanya yang memuat tentang amalan-amalan seperti zikir dan doa, akan tetapi yang saya amalkan hanya memang yang jelas dan saya sudah tahu, adapun yang baru saya ketahui itu hanya sekedar saya jadikan itu sebuah wawasan artinya cukup tahu saja, sedangkan untuk mengamalkannya saya tetap berpatokan dengan apa yang sudah diajarkan oleh guru saya.”(NS.RM.2.06)<sup>182</sup>

Hal yang sama dinyatakan oleh seorang informan lainnya dalam wawancaranya:

“Biasanya ketika bertepatan dengan momen tertentu itu biasanya banyak sekali video yang terkait dengan amalan-amalan zikir atau doa. Dan kalau saya pribadi akan mengamalkannya dengan catatan itu dicari tahu terlebih dahulu landasannya, jadi tidak sekedar mengikuti.”(SZH.RM.2.07)<sup>183</sup>

Sedangkan menurut salah satu informan dimana ia mengatakan bahwa tidak terlalu sering menyaksikan konten yang berkaitan dengan amalan-amalan zikir dan do'a terlebih yang dikhususkan untuk sesuatu karena memang terkadang kurang tertarik dan ragu-ragu sehingga ia tidak selalu menerapkan hal tersebut, sebagaimana penjelasan yang ia sampaikan dalam wawancara dengan peneliti :

“ Saya biasanya terlalu sering menskip kalau ada postingan-postingan kaya amalan-amalan yang dikhusus kan untuk

---

<sup>182</sup> Hasil wawancara dengan Nasihat Sa'adah sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 14.00 WIB

<sup>183</sup> Hasil wawancara dengan Sultan Zulfian Hidayat sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 9 Maret 2023 pukul 13.20WIB

sesuatu, jadi yang saya amalkan hanya yang memang umumnya saya tahu, tapi kalau sudah pengkhususan saya biasanya tidak mengikuti itu.”(MGR.RM.2.03)<sup>184</sup>

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan para informan dapat diketahui bahwa mereka terkadang mengamalkan bacaan zikir dan doa harian yang didapatkan dari konten-konten dakwah yang termuat di dalam media sosial terutama ketika itu bertepatan dengan situasi dan momen tertentu yang sedang dihadapi. Namun, dalam memilih dan mengamalkan zikir dan doa-doa tersebut informan sangat berhati-hati artinya apabila zikir dan doa tersebut tidak dijelaskan oleh sumber yang jelas dan adanya pengkhususan maka mereka akan mencari tahu terlebih dahulu melalui guru atau langsung mengabaikan dan tidak mengamalkannya.

### **C. Rangkuman Temuan Penelitian**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diungkapkan beberapa temuan penelitian, sebagai berikut :

1. Tipologi konten dakwah yang diakses oleh mahasiswa PAI UIN Malang :
  - a. Konten dakwah yang diakses mahasiswa media sosial berdasarkan medianya adalah konten dakwah yang termuat di media sosial populer seperti Youtube, Instagram, dan Tik-tok. Media tersebut tergolong dalam media audio visual yang menampilkan gambar dan suara

---

<sup>184</sup> Hasil wawancara dengan Muhammad Galih Risky Ramadhan sebagai mahasiswa PAI UIN Malang pada tanggal 8 Maret 2023 pukul 08.30 WIB

sehingga mampu menarik perhatian dan mempermudah mahasiswa selama menyaksikan konten dakwah

- b. Konten dakwah media sosial yang disaksikan mahasiswa berdasarkan bentuk konten dakwah adalah konten yang berbentuk audio-visual seperti Video ceramah, dan *podcast*. Ketertarikan mahasiswa dalam menyaksikan konten dakwah yang tersaji dalam bentuk audio-visual sejenisnya lebih besar dibandingkan dengan konten yang berbentuk gambar dan tulisan. Hal ini disebabkan isi pesan dari konten dakwah yang disajikan dalam bentuk audio-visual lebih mudah untuk dipahami dan sumbernya jelas sehingga isi konten dakwah lebih dipercaya oleh mahasiswa.
- c. Konten dakwah media sosial yang diakses mahasiswa berdasarkan isi atau muatan pesan dakwah berkaitan dengan seluruh aspek ajaran agama Islam yang berhubungan dengan aspek Akidah, Syariah seperti fiqh, Akhlak/moral, Tasawuf, Al-Quran, kata-kata motivasi Islam serta tema yang berkaitan dengan *hablu minannas*.
- d. Konten dakwah media sosial yang diakses mahasiswa berdasarkan cara penyampaian *da'i*, adalah dakwah dengan metode ceramah yang disampaikan secara jelas, runtut dan mudah dipahami. Dalam penyampaian dakwah di media sosial, terdapat *da'i* yang serius dan *da'i* yang berdakwah dengan santai dan berguyon serta menggunakan bahasa dan pendekatan khas anak muda, hal ini bergantung pada tema atau pesan yang dibawakan. Mahasiswa menyukai konten dakwah yang

disampaikan pendekatan yang santai dan lucu, lemah lembut dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan serius tapi tidak keras dan memaksa.

2. Praktik perilaku beragama mahasiswa pada aspek ibadah *mahdah* setelah menyaksikan konten dakwah media sosial :

Mahasiswa yang sering menyaksikan konten dakwah media sosial menyatakan bahwa wawasan dan pengetahuan mereka terkait ajaran-ajaran agama Islam yang selama ini kurang dipahami menjadi bertambah, serta tergugahnya hati dan pikiran sehingga tumbuhnya motivasi beragama, dan perilaku beragama yang lebih baik dalam menjalankan ibadah *mahdah*. Sedangkan dari beberapa informan yang termasuk dalam kategori tidak sering membuka dan menyaksikan konten dakwah, menyatakan bahwa konten memang berdampak pada bertambahnya pengetahuan, dan memunculkan motivasi dalam beragama, namun ketika sedang tidak menyaksikan konten dakwah mereka merasa keimanan mereka menjadi turun. Adapun praktik perilaku beragama para informan setelah menyaksikan konten dakwah, sebagai berikut :

- a. Pada pelaksanaan ibadah shalat, mahasiswa yang sering menyaksikan konten dakwah media sosial menjadi lebih disiplin dalam menjalankan ibadah shalat sesuai dengan ketentuan dan tata cara yang benar, timbulnya semangat untuk dapat meningkatkan ibadah shalat fardhu dan sunah, serta menjadi lebih disiplin dalam melaksanakan shalat tepat waktu. Sedangkan mahasiswa yang tidak sering mengakses konten

dakwah mengatakan bahwa konten dakwah dapat menjadi pengingat terkait hal-hal yang sering diabaikan.

- b. Dalam pelaksanaan ibadah puasa, mahasiswa yang sering menyaksikan konten dakwah menjadi lebih bersemangat dan menjadi lebih disiplin untuk berpuasa dengan sungguh-sungguh, serta memberikan kesadaran untuk senantiasa *istiqomah* melakukan ibadah puasa sunah seperti puasa sunah
- c. Mahasiswa yang sering menyaksikan konten dakwah media sosial yang berkaitan dengan pembelajaran Al-Quran, menjadi lebih mempelajari dan mempraktikkan kaidah-kaidah tajwid ketika membaca Al-Quran, menjadi lebih disiplin dan rajin untuk membaca dan mengkhhatamkan Al-Quran, serta menumbuhkan keyakinan mengenai keutamaan dan kebenaran kandungan Al-Quran. Sedangkan mahasiswa yang tidak sering menyaksikan konten dakwah media sosial mengenai Al-Quran menyatakan bahwa adanya konten dakwah yang berkaitan dengan Al-Quran hanya sebagai pengetahuan, namun perilaku beragamanya tidak berubah secara langsung.
- d. Melalui konten dakwah media sosial mahasiswa menjadi lebih rajin untuk mengingat bacaan doa-doa dan zikir-zikir, yang bisa diterapkan sehari-hari untuk mengiringi aktivitas mereka, hal ini membuat mereka merasa lebih tenang, meskipun dalam pelaksanaannya mahasiswa cenderung selektif untuk mengikuti beberapa amalan-amalan tersebut.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Tipologi konten dakwah yang diakses oleh mahasiswa PAI UIN Malang**

Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa, para informan yang dalam hal ini adalah mahasiswa PAI UIN Malang sebagai kelompok kaum millennial memiliki ketertarikan dalam menyaksikan konten-konten dakwah melalui media sosial. Hal ini tidak terlepas dari adanya aktivitas mereka sebagai kaum muda yang sangat aktif dalam menggunakan media sosial. Akses terhadap konten dakwah media sosial ini dipengaruhi karena adanya kebutuhan pribadi akan informasi keagamaan serta pengaruh dari algoritma media sosial yang selalu menampilkan konten-konten dakwah pada laman media sosial milik mereka.

Ketertarikan mahasiswa terhadap kemunculan konten-konten dakwah di media sosial dapat ditunjukkan dari frekuensi akses konten dakwah media sosial. Pada penelitian ini peneliti menentukan batasan terkait kategorisasi frekuensi akses konten dakwah media sosial. Berdasarkan temuan penelitian, dapat diketahui bahwa sebagian besar informan termasuk pada kategori sering mengakses konten dakwah media sosial sebanyak 10 orang, sedangkan sisanya termasuk pada kategori cukup sering, dimana dalam sehari informan mengakses konten dakwah kurang dari 30 menit, dan tidak sering dimana dalam sehari informan menyaksikan konten dakwah media sosial kurang dari 15 menit.

## 1. Konten dakwah media sosial berdasarkan jenis media sosial

Berdasarkan temuan penelitian, jenis media sosial yang paling banyak digunakan mahasiswa untuk mengakses konten dakwah media sosial adalah media sosial yang sifatnya audio-visual. Audio-visual adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk dapat memanfaatkan penggunaan indra pendengaran dan penglihatan. Hal ini didukung dengan data yang dilansir dari [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com) melalui survei diketahui bahwa media sosial yang paling populer dan banyak digunakan yaitu sebanyak 94% masyarakat Indonesia mengakses media sosial Youtube, Instagram sebesar 93%, Tik-tok 63%, Facebook 59% dan Twitter sebesar 54%.<sup>185</sup>

Ketiga media sosial tersebut juga menyediakan berbagai macam fitur yang dapat digunakan untuk mendukung penyampaian konten dakwah sehingga membuat konten dakwah menjadi menarik, salah satunya adalah fitur musik, di mana video-video ceramah yang disampaikan dapat diiringi dengan alunan instrumen musik yang mendukung konten dakwah sehingga apa yang disampaikan dapat lebih menyentuh perasaan dan menarik perhatian seseorang yang sedang menyaksikan konten dakwah.<sup>186</sup>

Konten-konten dakwah yang termuat dalam media sosial memiliki bentuk yang beragam. Pemilihan media dan penyajian konten menjadi faktor

---

<sup>185</sup> CNBC Indonesia, "Instagram & Tiktok Minggir, Ini Raja Platform Sosial Media RI," *CNBC Indonesia*, last modified 2022, accessed March 28, 2022, [https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri#:~:text=YouTube \(94%25\) dan Instagram,12%2F6%2F2022](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri#:~:text=YouTube (94%25) dan Instagram,12%2F6%2F2022)).

<sup>186</sup> Ayu Febriana, "Pemanfaatan Tik-tok Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Ustad Syam Di Akun @ Syam \_ Elmarusy," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 11, no. 02 (2021): 188.

yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan penyampaian dakwah yang disampaikan kepada *mad'u* dalam hal ini adalah kelompok kaum millennial. Visual yang ditampilkan dalam konten dakwah menjadi hal yang pertama kali dilihat *mad'u*, informasi yang pertama kali ditangkap oleh mata akan diteruskan ke otak, kemudian otak akan memberikan respon mengenai tertarik atau tidak tertariknya seseorang untuk menyaksikan konten dakwah media sosial.<sup>187</sup> Oleh sebab itu kreativitas dalam menyajikan konten dakwah menjadi hal yang penting untuk dapat menarik perhatian *mad'u* sehingga dakwah melalui media sosial dapat berjalan dengan efisien dan efektif. Adapun konten dakwah media sosial yang diakses yang mahasiswa sebagai berikut :

## 2. Konten dakwah media sosial berdasarkan bentuknya

Secara umum, konten-konten dakwah yang termuat dalam media sosial memiliki berbagai bentuk. Adapun bentuk-bentuk konten dakwah media sosial yang paling banyak dimuat di media sosial, seperti poster dakwah, kartun animasi, video dakwah, *podcast*.<sup>188</sup>

### a) Poster dakwah /gambar

Poster dakwah adalah konten dakwah media sosial yang di dalamnya memuat tulisan atau gambar serta kombinasi antara keduanya. Poster-poster dakwah menjadi salah satu media / sarana yang sering sekali digunakan oleh *dâ'i* dalam menyampaikan nilai-nilai dan ajaran agama Islam.

---

<sup>187</sup> A Zikrillah and Y Nurhidayah, "Psikologi Persepsi Visual Pada Konten Dakwah Visual Instagram," *Prophetic: Professional, Empathy and Islamic Counseling Journal* 4, no. 2 (2021): 239–240.

<sup>188</sup> Ari Wibowo, "Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual," *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 02, no. 02 (2021): 192–196.

b) Kartun/animasi dakwah

Kartun/animasi dakwah adalah penyampaian pesan dakwah agama Islam dengan menyajikan simbol-simbol atau gambar secara ringkas. Dalam penyajiannya kartun/animasi yang harus bermuatan nilai-nilai edukasi keislaman dan tidak melanggar prinsip dan etika dalam berdakwah.

c) Video dakwah

Video dakwah adalah salah satu konten dakwah yang menampilkan gambar dan suara secara bersamaan. Video dapat menyajikan berbagai informasi, menampilkan data, menggambarkan konsep, dan memproyeksikan berbagai objek. Video dakwah berisikan pesan-pesan dakwah yang berusaha disampaikan dengan melalui gambar serta suara.

d) *Podcast*

*Podcast* adalah penyajian pesan-pesan dakwah Islam yang disampaikan dengan melalui media audio atau suara. Sehingga *podcast* dapat dikatakan konten yang serupa dengan karakteristik radio, namun terkadang *podcast* juga dikemas dalam bentuk video Youtube.<sup>189</sup>

e) Tulisan

Pesan-pesan dakwah juga dapat disampaikan melalui tulisan-tulisan yang termuat dalam media sosial seperti media sosial blogging atau ditulis sebagai caption ( penjelasan) di *wall* atau dinding media sosial.

---

<sup>189</sup> Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan," *Komunike* 12, no. 2 (2020): 223.

Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa selama menyaksikan konten-konten dakwah melalui media sosial, mahasiswa sering menemui konten dakwah yang tersaji dalam berbagai bentuk seperti tulisan, gambar, dan video, podcast. Namun, di antara berbagai macam bentuk konten dakwah, mahasiswa cenderung lebih menyukai jenis-jenis konten dakwah yang disajikan dalam bentuk video. Konten dakwah yang disajikan dengan bentuk video termasuk dalam media audio-visual. Media audio-visual dalam dakwah berarti sebuah media/sarana penyampaian pesan-pesan dakwah dengan memanfaatkan fungsi indra pendengaran dan penglihatan sekaligus.<sup>190</sup>

Faktor yang menyebabkan mahasiswa lebih menyukai konten dakwah yang berbentuk video ceramah, mahasiswa tidak hanya mendengarkan isi pesan dakwah yang disampaikan tetapi juga dapat melihat secara visual keadaan *dâ'i* dalam berdakwah. Hal inilah yang menyebabkan mereka akan lebih tertarik dan cenderung tidak akan merasa jenuh ketika sedang menyaksikan konten-konten dakwah. Kegiatan dakwah masa kini yang disampaikan melalui media sosial yang berbentuk audio-visual seperti Youtube merupakan salah satu faktor pendukung untuk dapat meningkatkan minat belajar agama pada diri *mad'u*.<sup>191</sup>

Faktor lain yang menyebabkan konten video ceramah lebih diminati yaitu kemudahan dalam menangkap dan memahami isi pesan dakwah yang disampaikan. Hal ini karena *mad'u* dapat mendengarkan secara langsung

---

<sup>190</sup> Mahmuddin and Kusnadi, "Pemanfaatan Video Dalam Berdakwah (Studi Metode Dakwah Uas)," *Jurnal Dakwah Tabligh* 22, no. 1 (2021): 8.

<sup>191</sup> Rengga Mahendra, "Efektivitas Dakwah Melalui Youtube Dan Spotify," *FUCOSIS* 2 (2022): 499.

penjelasan *dâ'i* mengenai ajaran Islam yang disampaikan, sehingga kemungkinan terjadinya kesalahpahaman lebih kecil dibandingkan dengan hanya memahami isi konten-konten dakwah yang disampaikan melalui sebuah tulisan. Menurut Dr. Vernon A. Magnesen bahwa manusia belajar 10% dari apa yang dibaca, 20 % dari apa yang didengar, 30% dari apa yang dilihat, 50% dari apa yang dilihat dan didengar, 70% dari apa yang kita katakan, dan 90 % dari apa yang kita katakan dan lakukan.<sup>192</sup>

Berdasarkan hal tersebut maka dapat dipahami bahwa media audio - visual memiliki daya tarik tersendiri untuk memudahkan seseorang dalam belajar dan memahami isi pesan yang disampaikan *dâ'i*. Dalam beberapa materi ketika berdakwah *da'i* turut memberikan demonstrasi atau praktik yang memudahkan *mad'u* untuk dapat memahami materi yang disampaikan, misalnya berkaitan dengan pembahasan seputar Fiqh Ibadah.

### **3. Konten dakwah media sosial berdasarkan materi dakwah**

Isi konten dakwah media sosial yang disajikan oleh *dâ'i*, juga turut mendorong seseorang untuk menyaksikan konten dakwah melalui media sosial. Secara umum, konten-konten dakwah dalam media sosial dalam merupakan ajaran-ajaran agama Islam yang berkaitan dengan berbagai macam aspek.

---

<sup>192</sup> Mahmuddin and Kusnadi, "Pemanfaatan Video Dalam Berdakwah (Studi Metode Dakwah Uas)," *Jurnal Dakwah Tabligh* 22, no. 1 (2021): 8–9.

Pokok-pokok kriteria pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh *dâ'î* melalui konten dakwah yang banyak disaksikan mahasiswa, sebagai berikut :<sup>193</sup>

a) Materi syariah

Konten dakwah yang mencakup aspek syariah berkaitan dengan pembahasan seputar Fiqh baik yang berkaitan dengan ibadah maupun Fiqh muamalah

b) Materi Akidah

Konten dakwah yang berkaitan dengan pembahasan yang berisikan tentang ceramah-ceramah yang dapat menjadikan seseorang untuk menghayati keimanan baik kepada Allah SWT, keimanan kepada Malaikat-malaikat Allah SWT, keimanan kepada kitab-kitab Allah SWT, keimanan kepada Nabi dan Rasul, keimanan kepada hari akhir serta keimanan qada dan qadr.

c) Materi Akhlak/moral

Konten dakwah yang berkaitan dengan aspek Akhlak/moral baik itu akhlaq kepada Allah, kepada sesama manusia baik kepada diri sendiri, orang lain dan masyarakat ini yang mengatur bagaimana kita bersosialisasi, bertindak, berkata kepada sesama manusia dan yang ketiga akhlak kepada alam sekitar.<sup>194</sup>

d) Materi Al-Qur'an

Konten dakwah yang berkaitan dengan Al-Quran berisi pembelajaran mengenai ketentuan-ketentuan hukum tajwid dalam membaca Al-Quran, yang

---

<sup>193</sup> Febriana, "Pemanfaatan Tik-tok Sebagai Media Dakwah : Studi Kasus Ustad Syam Di Akun@ Syam \_ Elmarusy."

<sup>194</sup> Ilahi, *Komunikasi Dakwah*.hlm,

menonjolkan seni dalam memperbaiki dan memperindah bacaan Al-Quran serta berisi tentang penjelasan keutamaan-keutamaan dan kandungan Al-Quran.

Berdasarkan temuan penelitian bahwasanya konten-konten dakwah yang disaksikan mahasiswa berisikan tentang seluruh aspek ajaran agama Islam seperti Akidah, Fiqh, Akhlak, Pembelajaran Al-Quran, juga terdapat konten-konten yang berkaitan dengan pembahasan seputar kehidupan sosial, hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah media sosial membahas materi yang berkaitan dengan *hablu minallah dan hablu minannas*. Namun konten yang paling banyak disukai dan paling sering ditonton mahasiswa adalah konten yang berkaitan dengan aspek syariah atau Fiqh.

Ajaran-ajaran Islam dalam konten dakwah media sosial berusaha dengan dihubungkan pada contoh kasus permasalahan yang nyata dan ramai dibahas di masyarakat. Hal ini dapat menarik minat dan perhatian *mad'u* untuk menyaksikan konten dakwah karena menunjukkan bahwasanya agama Islam adalah agama yang dinamis, dan agama Islam selalu dapat memberikan jawaban dari berbagai macam permasalahan yang ada di masyarakat.

Adanya konten-konten dakwah yang mengangkat pembahasan yang sesuai dengan permasalahan yang ada di masyarakat menunjukkan bahwa pesan-pesan dakwah yang tersaji di dalam konten dakwah media telah memenuhi salah satu kriteria pesan dakwah yang baik yaitu bersifat rasional. Prof. Dr. Ali Aziz menyebutkan, setidaknya terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi

agar pesan-pesan dakwah yang disajikan dalam konten dakwah media sosial dapat diterima oleh *mad'u* yaitu :<sup>195</sup>

a) Bersifat Orisinal

Orisinal berarti bahwa segala pesan-pesan dakwah yang tersaji dalam konten dakwah media sosial harus berdasarkan pada Al-Quran dan Hadits. Jadi dalam hal ini para ulama harus melakukan ijtihad untuk memutuskan suatu hukum atau pengetahuan sesuai apa yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadits.

b) Bersifat Rasional

Pesan dakwah yang termuat dalam konten dakwah media sosial harus memiliki sifat rasional dan seimbang antara urusan dunia dan urusan akhirat atau antara idealitas dan realitas, artinya pesan-pesan dakwah yang disampaikan diharapkan mampu untuk menjawab segala macam kebutuhan dan tantangan zaman yang muncul di masyarakat.

c) Bersifat Universal

Pesan dakwah bersifat universal adalah pesan dakwah yang disampaikan harus mencakup seluruh aspek kehidupan manusia serta ditujukan untuk seluruh umat manusia tanpa adanya sikap untuk membedakan-bedakan agama dan etnis tertentu.

d) Bersifat *Rahmatan Lil Alamin*

---

<sup>195</sup> Febriana, "PEMANFAATAN TIK-TOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH ; STUDI KASUS USTAD SYAM , DI AKUN @ Syam \_ Elmarusy."

*Rahmatan Lil Alamin* berarti bahwa pesan-pesan dakwah yang dibawakan senantiasa berusaha untuk memberikan kemudahan, menyenangkan untuk didengar dan tidak berusaha untuk menyulitkan manusia.

#### **4. Konten dakwah berdasarkan cara penyampaian *da'i***

Keberhasilan penyampaian dakwah melalui konten-konten dakwah dalam media sosial dipengaruhi oleh peran *da'i*. Hal ini sebagaimana yang disebutkan oleh Enjang AS dan Aliyudin bahwa *da'i* merupakan komunikator yang memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi dari sumber melalui saluran kepada komunikan (penerima pesan).<sup>196</sup> Jika disampaikan dengan baik, maka pesan dakwah akan dengan mudah diterima masyarakat, namun apabila disampaikan secara asal-asalan dan tidak dengan metode yang baik maka hanya akan memunculkan perdebatan. Dalam menyampaikan dakwahnya *da'i* harus memperhatikan prinsip-prinsip dakwah Islam yakni dengan pengajaran yang baik, nasihat baik, serta argumentasi yang baik, sebagaimana yang disebutkan dalam Q.S.An-Nahl :125.<sup>197</sup>

Konten-konten dakwah yang diikuti mahasiswa adalah konten dakwah yang disampaikan oleh *da'i* yang moderat. Sikap moderat itu adalah mereka yang tidak terbawa hanyut dalam materialisme. Dimana menurut mahasiswa *da'i*-

---

<sup>196</sup> Agus Salim, "Peran Dan Fungsi Dai Dalam Perspektif Psikologi Dakwah Agus Salim," *Jurnal Al-Hikmah* IX, no. 14 (2017): 96.

<sup>197</sup> I A K Makna et al., "Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 21, no. 2 (2021): 178–179.

*da;i* yang diikuti adalah mereka yang selalu menyampaikan konten dakwah dengan selalu berusaha berada di posisi tengah, mereka mampu memadukan rohani dan jasmani, material dan spiritual dalam segala sikap dan aktivitas mereka, dan tidak mudah menyalahkan satu sama lain dan benar-benar bisa menjaga kenetralan dalam menyikapi perbedaan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konten-konten dakwah yang banyak disaksikan mahasiswa adalah video ceramah, dan dalam berdakwah, *da'i* memiliki gaya dan cara penyampaian yang berbeda. Adapun terkait dengan gaya dan cara penyampaian *da'i* yang disaksikan mahasiswa dapat ditipologikan sebagai berikut :

a) Tipe serius dan sistematis

Dalam berceramah, khususnya pada pembahasan yang membutuhkan penekanan *da'i* menyampaikan dakwah dengan gaya dan cara yang serius dan menguraikan materi dakwah dengan runtut, teratur, dan menyeluruh. Gaya dan cara ceramah *da'i* yang demikian dapat membuat mahasiswa tertarik dengan kemampuan intelektual dari *da'i*.

b) Tipe santai dan humoris

Pada tipe ini, gaya dan cara *da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dilakukan dengan pendekatan yang santai dan pendekatan khas anak muda dengan menggunakan gaya dan bahasa-bahasa ala kaum muda, serta diselingi dengan guyonan-guyonan yang tetap terjaga.

Adapun terkait dengan kemampuan komunikasi yang dimiliki *dâ'i* mencakup beberapa hal di antaranya bahasa lisan, bahasa tubuh, ritme dan mental.<sup>198</sup>

a) Bahasa lisan

Dalam menyampaikan pesan dakwah bahasa lisan yang digunakan *da'i* harus jelas, mudah dimengerti, sesuai dengan bahasa *mad'u*, serta disesuaikan dengan tingkat kecerdasan *mad'u* dalam memahami kata-kata, dan yang terakhir memilih diksi yang tepat.

Menurut mahasiswa, dalam menyajikan konten dakwah media sosial, *dâ'i* menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang jelas dan menggunakan kata-kata yang ringan sehingga apa yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh seluruh sasaran dakwah yang terdiri dari berbagai macam kalangan pengguna media sosial khususnya mahasiswa. Bahkan ditemukan beberapa *dâ'i* yang senantiasa berdakwah dengan menggunakan gaya bahasa yang khas dengan anak muda sebagai salah satu bentuk pendekatan, serta terdapat pula *dâ'i* yang menyampaikan konten dakwah dengan menggunakan bahasa Jawa, meskipun begitu mereka tetap menyediakan terjemahan sehingga apa yang disampaikan tetap dapat dipahami oleh *mad'u*.

b) Bahasa tubuh

---

<sup>198</sup> Hariyanto, "Rekasi Kredibilitas Da'i Dan Kebutuhan Mad'u," *Tasâmuh* 16, no. 2 (2018): 65.

Bahasa tubuh adalah ekspresi yang ditunjukkan oleh *dâ'i* yang mewakili dan memperjelas terhadap bahasa lisan yang digunakan *dâ'i*. Menurut mahasiswa, sebagai kaum muda mereka sangat menyukai konten dakwah yang disampaikan bahasa dan ekspresi tubuh yang menyenangkan, lembut, tidak kaku, dan dibawakan dengan santai. Dalam konten-konten dakwah media sosial dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah sosial kebanyakan *dâ'i* menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan dengan gaya dan *gesture* tubuh yang santai dan disertai dengan canda tawa, namun dalam beberapa ajaran yang memerlukan penekanan *dâ'i* akan menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan tegas.

c) Ritme

Ritme berkaitan dengan kontrol terhadap kecepatan berbicara dan berekspresi. Ritme yang terkontrol akan memudahkan *mad'u* dalam memahami isi pesan dakwah yang disampaikan. Sebagaimana hasil dari proses wawancara diketahui bahwa salah satu hal yang menarik perhatian para mahasiswa dalam menyaksikan konten dakwah media sosial adalah penyampaian *dâ'i* yang menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan runtut, santai, dan tidak tergesa-gesa.

d) Mental

Pesan-pesan dakwah yang tersaji dalam konten dakwah media sosial dapat tersaji dengan sistematis dan runtut dipengaruhi oleh kemampuan

komunikasi yang baik serta mental dan persiapan yang memadai dari *dâ'i*.<sup>199</sup>

Selama menyaksikan konten-konten dakwah melalui media sosial, mahasiswa mengatakan bahwa penjelasan *dâ'i* selalu runtut bahkan terdapat *dâ'i* yang dalam menyajikan video ceramah juga dibantu dengan media lain seperti papan tulis sehingga mahasiswa dapat dengan runtut memperhatikan apa yang diajarkan kemudian *dâ'i* selalu dapat menghubungkan ajaran dan nilai Islam dengan contoh kasus yang nyata di masyarakat sehingga pesan yang disampaikan lebih mengena.

Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan bahwa, ketertarikan mahasiswa dalam menyaksikan konten dakwah media sosial juga dipengaruhi oleh bagaimana gaya *dâ'i* selama menyampaikan pesan-pesan dakwah di media sosial. Dalam memilih konten dakwah, mahasiswa banyak menyaksikan konten dakwah dari *da'i* yang menurut mereka bersikap moderat, dimana dalam menyampaikan konten dakwah *da'i* tidak memaksa dan condong kepada suatu paham tertentu, namun senantiasa bijak dalam menyikapi segala perbedaan.

Dari segi gaya dan cara penyampaian dakwah, *da'i* memiliki ciri khas yang berbeda, terkadang mahasiswa menyaksikan konten yang disampaikan dengan serius dan sistematis dan ceramah santai dan humoris hal ini tergantung pada isi dakwah yang sedang disaksikan.

---

<sup>199</sup> Ibid.

## **B. Praktik perilaku beragama mahasiswa pada aspek ibadah *mahdah* setelah menyaksikan konten dakwah media sosial**

Ajaran dan nilai-nilai agama Islam yang disampaikan melalui konten-konten dakwah media sosial yang selalu diminati dan mendapat perhatian dari para pengguna media sosial tentunya akan memberikan dampak terhadap diri seseorang. Mengutip dari penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Alfin Khosyatillah mengenai dampak sosial terhadap perilaku keagamaan pada 7 mahasiswa jurusan studi agama fakultas Ushuluddin dan filsafat UIN Surabaya, dapat diketahui bahwa selama menggunakan media ada dampak positif dan negatif yang dirasakan mahasiswa terutama dalam perilaku beragama mereka.<sup>200</sup>

Adanya pengaruh dari media terhadap perilaku seseorang juga dinyatakan dalam *Cumulative Effects Theory* oleh Ellisabeth Noelle yang menyatakan bahwa media memiliki pengaruh terhadap perubahan perilaku seseorang, meskipun pada dasarnya perubahan perilaku tersebut tidak terjadi secara langsung, namun bertahap dan akan terus menguat dan membesar efeknya seiring dengan berjalannya waktu.<sup>201</sup> Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa semakin seringnya seseorang bersentuhan dengan media sosial, maka media sosial akan memberikan efek atau dampak terhadap perubahan perilaku dalam diri seseorang.

---

<sup>200</sup> Khosyatillah, "Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)."

<sup>201</sup> Ibid.

Sementara itu menurut Jalaluddin Rahmat bahwa aktivitas dakwah akan disebut berhasil apabila menghasilkan efek/perubahan dalam diri *mad'u* . Efek tersebut dapat berkaitan dengan bertambahnya pengetahuan dan pemahaman mengenai ajaran agama Islam (efek kognitif), perubahan sikap dan perasaan dalam diri seseorang tentang ajaran agama Islam (afektif) hingga adanya perubahan pada aspek *behavioral* atau perilaku. Ketiga aspek ini dapat dikatakan saling memiliki hubungan erat satu sama lain, pengetahuan akan mendorong perubahan pada sikap seseorang, kemudian sikap akan menghasilkan perilaku yang tercermin dalam kehidupan.<sup>202</sup>

Berdasarkan temuan peneliti, para informan yang merupakan mahasiswa PAI UIN Malang mengungkapkan bahwa mereka menyadari pentingnya keberadaan konten dakwah media sosial saat ini, sarana untuk menambah keilmuan dan pemahaman terkait ajaran-ajaran agama Islam. Namun, dalam mengakses konten dakwah media sosial, memiliki frekuensi yang berbeda. Beberapa informan menyatakan bahwa dalam sehari mereka sering menyaksikan konten dakwah dengan durasi waktu 30 menit sampai berjam-jam. Sedangkan informan yang menyatakan bahwa mereka mengikuti konten dakwah media sosial namun dalam satu hari tidak terlalu sering menyaksikan konten dakwah, dimana durasi waktu dalam menyaksikan konten dakwah kurang 15 menit.

---

<sup>202</sup> Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*.

Dengan sering menyaksikan konten dakwah para informan menyatakan bahwa pesan-pesan yang disampaikan mampu menggugah hati dan pikiran sehingga munculnya motivasi dan semangat dalam beragama, khususnya dalam menjalankan ibadah sehari-hari. Namun bagi informan yang tidak sering menyaksikan konten dakwah mengatakan bahwa ketika membuka konten dakwah, sikap dan perasan menjadi tergugah karena menghayati isi pesan dakwah. Namun ketika tidak menyaksikan konten dakwah, terkadang keimanannya kembali seperti awal, naik dan turun.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa apabila semakin sering frekuensi dalam mengakses konten dakwah maka akan memberikan efek atau dampak terhadap diri seseorang, baik yang berkaitan dengan aspek pengetahuan, sikap, bahkan perubahan terhadap perilaku beragama.

Konten dakwah media sosial dapat mendorong adanya perubahan-perubahan konkret yang terjadi pada perilaku beragama khususnya dalam perilaku beragama terhadap Allah SWT karena tujuan manusia diciptakan oleh Allah SWT tidak hanya untuk sekedar menjalani kehidupan di dunia melainkan juga untuk beribadah sebanyak-banyaknya sebagai bekal untuk pertanggung jawaban kelak di hadapan Allah SWT. Hal ini selaras dengan yang disebutkan dalam Q.S. Az-Zariyat : 56 :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : “ Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku.”

Tafsir ayat tersebut berkaitan dengan tujuan penciptaan manusia, bahwa baik manusia dan jin diciptakan untuk senantiasa beribadah kepada Allah SWT, dan ibadah itulah yang bermanfaat bagi dirinya. Sehingga dapat dipahami bahwa manusia diciptakan oleh Allah SWT tidak hanya untuk sekedar hidup menjalani kehidupan di dunia melainkan juga melakukan ibadah baik melalui perbuatan maupun perkataan yang ditujukan kepada Allah SWT sebagai bekal untuk pertanggung jawaban kelak di hadapan Allah SWT.<sup>203</sup>

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, mahasiswa yang sering menyaksikan konten dakwah media sosial merasakan adanya efek perubahan perilaku beragama dalam diri mereka terutama pada perilaku beragama kepada Allah SWT melalui pelaksanaan ibadah-ibadah harian. Adapun perubahan perilaku beragama mahasiswa pada aspek ibadah *mahdah*, sebagai berikut :

1. Meningkatnya kualitas dan kuantitas mahasiswa dalam menjalankan ibadah shalat fardu dan sunah.

Shalat merupakan kewajiban utama bagi seorang muslim yang menjadi salah satu bentuk perwujudan dari keimanan seseorang kepada Allah SWT.

Shalat menjadi sarana bagi muslim untuk berkomunikasi kepada Allah

---

<sup>203</sup> Khoirul Abror, *Fiqh Ibadah* (Lampung: Phoenix Publisher, 2019).6-7

SWT yang di dalamnya terkandung pernyataan *ubudiyah*, kenikmatan bermunajat, penyerahan segala urusan kepada Allah, ketentraman, keamanan serta perolehan keuntungan.<sup>204</sup>

Pada proses pelaksanaannya agar ibadah shalat dapat ditegakkan secara sempurna maka di dalamnya terdapat berbagai ketentuan yang mengatur tata cara ibadah shalat. Konten dakwah menjadi alternatif bagi mahasiswa untuk dapat mempelajari dan memahami dengan baik mengenai hal-hal tersebut. Banyak sekali video-video ceramah para *dâ'i* yang menjelaskan mengenai tata cara ibadah shalat bahkan sering kali diselingi dengan praktik secara langsung, dan konten-konten yang menjelaskan mengenai hikmah-hikmah pelaksanaan ibadah shalat.

Salah satu dampak yang dirasakan mahasiswa adalah kedisiplinan dalam diri mereka untuk melaksanakan shalat sesuai tuntunan dan ketentuan syariat. Konten-konten dakwah media sosial juga turut memberikan dorongan dalam diri mahasiswa PAI untuk dapat melaksanakan dan memperbanyak ibadah-ibadah shalat sunah harian.

Meskipun terdapat informan yang tidak sering mengakses konten dakwah, ia menyatakan bahwa konten dakwah tetap menjadi pengingat bagi dirinya terhadap ilmu-ilmu dan kebiasaan yang sudah ia dapatkan selama proses pendidikan di pondok pesantren, yang terkadang dilupakan atau diabaikan.

---

<sup>204</sup> Ibid.

2. Bertambahnya kedisiplinan diri dalam meningkatkan aktivitas ibadah puasa.

Puasa berarti menahan diri dari atau menahan hawa nafsu seperti makan, minum, dan hubungan seksual mulai dari terbit fajar hingga terbenam matahari. Pelaksanaan puasa tidak hanya dilakukan untuk mendekatkan diri kepada Allah namun melatih diri agar dapat mengendalikan hawa nafsu, juga mengajarkan manusia khususnya umat Islam agar memiliki kepekaan dan membangun nilai-nilai moral salah seperti mengajarkan manusia untuk siap menghadapi penderitaan dan cobaan, menjauhkan diri dari hal-hal yang dilarang, tidak suka berbuat hal-hal yang merugikan, dan meningkatkan rasa kasih sayang dan kepedulian pada orang lain.<sup>205</sup>

Mahasiswa yang sering menyaksikan konten dakwah media sosial menjadi lebih rajin untuk menegakkan ibadah puasa khususnya puasa sunnah secara konsisten seperti Senin-kamis, atau puasa-puasa yang dilaksanakan pada bulan-bulan tertentu. Munculnya motivasi ini disebabkan karena mahasiswa sering menyasikan konten dakwah yang membahas terkait *fadilah* dan keutamaan puasa khususnya ibadah puasa sunnah tertentu.

Selain itu melalui konten dakwah mahasiswa dapat lebih memahami hal-hal yang berkaitan dengan ketentuan pelaksanaan ibadah puasa seperti

---

<sup>205</sup> Ibid.,161

syarat sah, rukun, rukhsah dan lainnya. Dengan bertambahnya pemahaman mereka, maka tumbuh kedisiplinan dalam diri mahasiswa untuk dapat senantiasa menegakkan ibadah puasa dengan baik sifatnya wajib maupun sunah hari.

### 3. Meningkatnya kualitas dan kuantitas dalam membaca Al-Quran.

Al-Quran merupakan Kalam Allah SWT yang merupakan inti agama, sehingga menjaga dan menyebarkannya berarti menegakkan agama. Salah satu cara menjaga Al-Quran adalah dengan senantiasa membacanya dengan baik dan benar. Menurut Nur Khalish Rif'ani, membaca Al-Quran adalah salah satu upaya untuk mengobati dan menjaga jiwa seseorang, dan menjadikan ingatan seseorang menjadi lebih tajam. Berdasarkan hasil penelitian membaca Al-Quran dapat meningkatkan kecerdasan otak sampai 80% karena ketika membaca Al-Quran maka seseorang telah melakukan tiga aktivitas sekaligus yaitu melihat, membaca, dan mendengar.<sup>206</sup>

Berkaitan dengan Al-Quran, mahasiswa sering menyaksikan konten yang berkaitan dengan pembahasan seputar hukum-hukum bacaan tajwid sekaligus praktik cara membacanya, dan ceramah mengenai *fadilah-fadilah* Al-Quran. Mahasiswa yang sering menyaksikan konten tersebut, merasa terbantu untuk dapat belajar, memperbaiki dan memperindah bacaan Al-Quran yang benar dan tepat, menjadi lebih rajin untuk membaca dan mengkhatamkan Al-Quran.

---

<sup>206</sup> Pramudita Suciati, "Fadilah Al-Qur'an Studi Bibliografis Buku-Buku Keutamaan Al-Qur'an Di Indonesia Tahun 1991-2016," 2018.hal,17

Mahasiswa yang tidak terlalu sering menyaksikan konten dakwah media sosial, mengatakan bahwa konten-konten dakwah khususnya yang berkaitan dengan pembahasan seputar Al-Quran memberikan mereka pengetahuan yang dasar, namun tidak terlalu berdampak pada adanya peningkatan kualitas membaca AL-Quran, karena memang untuk mempelajari dan melatih hal tersebut membutuhkan seorang guru secara langsung.

4. Menjadi rajin dalam mengamalkan zikir dan doa-doa harian

Beberapa konten dakwah di media sosial memuat tentang amalan-amalan zikir dan doa-doa. Para informan baik yang sering maupun tidak sering menyaksikan konten dakwah, mengatakan bahwa konten-konten tersebut mendorong mereka untuk rajin membaca dan mengamalkan zikir-zikir dan doa-doa, terutama ketika hal tersebut berkaitan dengan momen-momen tertentu, misalnya pada momen-momen tertentu ketika hati mereka tidak tenang karena menghadapi ujian, dan sebagainya.

Namun, semua informan yang merupakan mahasiswa PAI UIN Malang menyadari bahwa dalam mengamalkan zikir atau doa yang disampaikan dalam konten dakwah media sosial mahasiswa sangat selektif dengan memilih konten-konten yang sumbernya jelas dan terpercaya yang sesuai dengan sunnah, dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT bukan sekedar pengkhususan kepada sesuatu.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian paparan data tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Mahasiswa PAI UIN Malang yang termasuk dalam kelompok kaum millennial memiliki ketertarikan dan menyadari pentingnya konten dakwah media sosial, namun frekuensi akses konten dakwah media sosial berbeda-beda. Jenis media sosial yang paling banyak digunakan untuk mengakses konten dakwah media sosial seperti Youtube, Tik-Tok, dan Instagram. Adapun konten dakwah yang disaksikan mahasiswa berdasarkan bentuk penyajiannya adalah konten audio-visual seperti video-video ceramah, konten dakwah yang diakses mahasiswa berdasarkan isinya berkaitan dengan seluruh aspek ajaran agama Islam, serta konten dakwah yang diakses mahasiswa berdasarkan cara penyampaian *da'i* adalah konten dakwah yang disampaikan dengan pendekatan yang santai, mudah dipahami dan tidak keras,
2. Konten dakwah media sosial yang disaksikan mahasiswa mampu memberikan efek baik terhadap aspek kognitif, afektif, bahkan perilaku. Konten dakwah media sosial menjadi sarana bagi mahasiswa untuk menambah pemahaman terhadap ajaran Islam yang kurang maksimal. Mahasiswa yang sering menyaksikan konten dakwah media sosial menyatakan bahwa sikap dan perasaan mereka menjadi lebih tergugah dan

berusaha untuk mengamalkan ajaran-ajaran agama yang disampaikan melalui konten dakwah sehingga hal tersebut berdampak pada adanya perubahan terhadap perilaku beragama khususnya dalam menjalankan ibadah *mahdah* menjadi lebih baik. Sedangkan mahasiswa yang termasuk dalam kategori tidak sering menyaksikan konten dakwah, merasakan dampak pada aspek kognitif dan afektif dimana melalui konten dakwah , pengetahuan terhadap ajaran agama menjadi bertambah, namun perilaku beragama terutama dalam pelaksanaan ibadah tidak berdampak secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin intens seseorang dalam menyaksikan konten dakwah, efek yang dihasilkan akan semakin terasa, khususnya pada perubahan perilaku beragama.

## **B. Saran**

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan peneliti, tanpa mengurangi rasa hormat, maka peneliti memberikan beberapa masukan saran kepada pihak terkait, sebagai berikut :

### **1. Bagi mahasiswa**

Mahasiswa sebagai kaum millennial yang aktif bermedia sosial, sebaiknya dapat memanfaatkan penggunaan media sosial dengan baik dan bijak tidak hanya sebagai wadah hiburan juga sebagai sarana menambah pemahaman mengenai ajaran Islam yang mungkin selama ini kurang maksimal didapatkan. Sehingga mampu menumbuhkan motivasi dan semangat untuk mengubah perilaku beragama menjadi lebih baik yang mencerminkan pemuda Islami

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini tentunya masih belum sampai pada kata sempurna, oleh sebab itu bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti hal serupa diharapkan lebih mampu untuk lebih fokus dan mendetail sebagai menjadi sumbangsih dalam bidang keilmuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Khoirul. *Fiqh Ibadah*. Lampung: Phoenix Publisher, 2019.
- Aldiawan. “Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja.” *Al-Mishbah* 16, no. 1 (2020): 52.
- Alfianika, Ninit. *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Ansyori, H.M. Hafi. *Dasar-Dasar Ilmu Jiwa Agama*. Surabaya: Usaha Nasional, 1999.
- Choirin, Muhammad. “Hukum Dakwah Dalam Surat Ali Imran: 104 Perspektif Mufassir Klasik Dan Modern” 9 (2021)
- CNBC Indonesia. “Instagram & Tiktok Minggir, Ini Raja Platform Sosial Media RI.” *CNBC Indonesia*. Last modified 2022. Accessed March 28, 2022. [https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri#:~:text=YouTube \(94%25\) dan Instagram,12%2F6%2F2022](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri#:~:text=YouTube%20(94%25)%20dan%20Instagram,12%2F6%2F2022)).
- Darajat, Zakiah. *Dasar-Dasar Agama Islam*. Jakarta: Universitas Terbuka, 1996.
- . *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Fajar, M. Samson. “Tipologi Organisasi Dakwah.” *Al-Idzzah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 01 .2020.
- Fauzi, Mohammad. *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Febriana, Ayu. “Pemanfaatan Tik-tok Sebagai Media Dakwah: Studi Kasus Ustad Syam, Di Akun @ Syam \_ Elmarusy.” *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 11, no. 02 .2021.
- Habibie, Alfiesyahrianta, and Nandy Agustin Syakarofath. “Peran Religiusitas Terhadap Quarter-Life Crisis (QLC) Pada Mahasiswa.” *Gajah Mada Journal Of Psychology* 5, no. 2 .2019
- Hafidz, Abdul. “Konsep Dzikir Dan Doa Perspektif Al-Qur’an.” *Islamic Akademika: Jurnal Pendidikan & Keislaman* 6, no. No.1 .2019.
- Hariyanto. “Relasi Dan Kredibilitas Da’i Dan Kebutuhan Mad’u.” *Tasâmuḥ* 16, no. 2 . 2018
- Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Edited by Robiatul Adawaiyah. Surabaya, 2013.

- Heriyansya, Heru. “Perilaku Keagamaan Pada Masyarakat Suku Semendo (Studi Kasus Desa Sukaraja Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Herry, M. “Pengaruh Pesan Dakwah Islam Di Whatsapp Terhadap Perilaku Beragama Mahasiswa Program Studi Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Umsu Medan.” Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018.
- Holmes, David. *Komunikasi Media, Teknologi, Dan Masyarakat Terj. Teguh Wahyu Utomo*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Husnani. “Pola Pembinaan Perilaku Beragama Pada Masyarakat Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya.” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM-BANDA ACEH, 2018.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Edited by Adriyani Kamsyah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Kastolani. “Ibadah Ritual Dalam Menanamkan Akhlak Remaja.” *Journal of Communication* 1, no. 2, 2016.
- Khaeriyah, Hamzah. “Baiat Dan Perilaku Beragama.” *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 9, no. 1, 2017.
- Khosyatillah, Alfin. “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Komalasari, Iin. “Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah Melalui Komunikasi Islam.” *Kompasiana.Com*. Accessed September 3, 2022. [https://www.kompasiana.com/iinkomalasari/61e6626c80a65a3521350764/penggunaan-media-sosial-dalam-berdakwah-melalui-komunikasi-islam?page=1&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/iinkomalasari/61e6626c80a65a3521350764/penggunaan-media-sosial-dalam-berdakwah-melalui-komunikasi-islam?page=1&page_images=1).
- Kristanto, Andi. *Media Pembelajaran*. Surabaya: Penerbit Bintang Surabaya, 2016.
- Madiistriyanto, Harries, and Dudung Hadiwijaya. *GENERASI MILLENIAL Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis Dan Adversity Quotients (AQ)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.
- Mahendra, Rengga. “Efektivitas Dakwah Melalui Youtube Dan Spotify.” *FUCOSIS* 2, 2022.
- Mahmuddin, and Kusnadi. “Pemanfaatan Video Dalam Berdakwah (Studi Metode Dakwah Uas).” *Jurnal Dakwah Tabligh* 22, no. 1 (2021): 8.
- . “Pemanfaatan Video Dalam Berdakwah (Studi Metode Dakwah Uas).” *Jurnal Dakwah Tabligh* 22, no. 1 (2021): 8–9.

- Mahmuddin, Mahmuddin, Subekti Masri, and Wahyuni Husain. "Metode Dakwah Maudizah Al-Hasanah Untuk Meningkatkan Konsep Diri Siswa MTsN Model Palopo." *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, dan Psikoterapi Islam* 8, no. 3 (2020): 292.
- Maimun, Agus. *Penelitian Studi Kasus Bidang Pendidikan Islam*. Cetakan-1. Malang: UIN Maliki Press, 2020.
- Makhmudah, Siti. *Media Sosial Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Bogor: Guepedia, 2019.
- Makna, I A K, N P Prihantoro, Sifa Larasati, M Fais Noor M, and Hisny Fajrussalam. "Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19." *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 21, no. 2, 2021.
- Mardiana, Reza. "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 02 ,2020.
- Maullasari, Sri. "Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam ( BKI )." *Dakwah* 20, no. 1 (2019): 133.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edited by Tjun Surjaman. Cetakan ke. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mubarok, Achmad. *Psikologi Dakwah*. Cetakan Ke. Jakarta: Pustaka Firdaus, 2002.
- Mufid, and Alex Yusron Al Mufti. "Membentuk Perilaku Beragama Melalui Konsep Wahdat Al Wujud Dan Wahdat Ash Syuhud." *Esoterik: Jurnal Akhlak dan Tasawuf* 5, no. 1 ,2019.
- Munir, M, Elvi Hudhriyah, Elidar Husein, Faizah, Lilih Rahmawati, Zuni Nurrochim, H. Edi Amin, et al. *Metode Dakwah*. Edited by Munzier Suparta and Harjani Hefni. Edisi Revi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Prespektif, Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi*. Edited by Nunik Siti Nurbaya. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Nata, Abuddin. *Metodelogi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Bahasa Indonesia*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Nurdin, H Suarin. "Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Dakwah." *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial* 16, no. 2 (2018): 54.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi( Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House )." *Jurnal Common* 3, no. 1, (2019).
- Qadaruddin Abdullah, Muhammad. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.

- Ridla, M Rosyid, Afif Rifa'i, and Suisyanto. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Edited by Ihsan Rahmat and Bayu Mitra A. Kusuma. D.I Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017.
- Rusmiati, Mei Nur, and Dinie Anggaraeni Dewi. "Pancasila Dan Tantangan Millenial: Menyemai Nilai Pancasila Pada Generasi Millenial Sebagai Landasan Dalam Bertindak Dan Berpikir." *Jurnal Mahasiswa Indonesia* 1, no. 1 (2021): 20–21.
- Safitri, Faizah Zahra. M Ridwan Sasid Ahmad. "Dampak Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon." *Journal of Sociology Education Review* 1, no. 3 (2021): 3.
- Salim, Agus. "Peran Dan Fungsi Dai Dalam Perspektif Psikologi Dakwah Agus Salim." *Jurnal Al-Hikmah* IX, no. 14 , 2017.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi* . Karawang, n.d.
- Sidiq, Umar, and Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Edited by Anwar Mujahidin. Cetakan-1. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Silvia, Mega, Ridwan Effendi, and Vidi Sukmayadi. "Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial ( Studi Kasus Pada Akun Instagram @ Pejuang . Mahar )." *Jurnal Indonesia* (2019)
- Siwi, Telly P Ulviana. "Majalah Ilmiah Manajemen." *Majalah Ilmiah Manajemen* 09 (2020): 43.
- Suciati, Pramudita. "Fadilah Al-Qur'an Studi Bibliografis Buku-Buku Keutamaan Al-Qur'an Di Indonesia Tahun 1991-2016," 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edited by Sutopo. Cetakan-1. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019.
- Sukardi, Akhmad. "Metode Dakwah Dalam Menangani Problematika Remaja." *Al-Munzir* 9, no. 1, 2016.
- Sumadi, Eko. "Dakwah Dan Media Sosial : Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1, 2016.
- Suroso, Djamaluddin Ancok Fuat Nashori Suroso. *Psikologi Agama: Solusi Islam Atas Problem- Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004.
- Suyuto, Sandi, and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Syamsudin, Imam. "Fitrah Manusia Adalah Bertauhid." *Nu Online*. Last modified

2022. <https://islam.nu.or.id/hikmah/fitrah-manusia-adalah-bertauhid-y4zF9>.
- Syarifuddin, Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. Cetakan-2. Jakarta: Kencana, 2003.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Tri Haryanto, Agus. “Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial.” *Detik.Com*. Last modified 2019. Accessed January 16, 2022. <http://inet.detik.com/telecomunicaton/d-4551389/pengguna-internet-indoesia-didominasi-milenial>.
- Ulfah, Maria, and Yuli Marlina. “Perubahan Perilaku Beragama Masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu Setelah Dijadikan Objek Pariwisata.” *MUTSAQQAFIN; Jurnal Pendidikan Islam dan Bahasa Arab*, Vol. 1, no. 1, 2018.
- Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan. “Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan.” *Komunike*, Vol. 12, no. 2 , 2020.
- W, Ahmad. “Memilih Konten Dakwah Di Media Sosial, Salah satunya Pastikan Kredibilitas Pendakwah.” *Bondowos Network.Com*. Last modified 2021. Accessed September 3, 2022. <https://bondowoso.jatimnetwork.com/khazanah/pr-1821710077/tips-memilih-konten-dakwah-di-media-sosial-salah-satunya-pastikan-kredibilitas-pendakwah?page=2>.
- Wahab, Rohmalina. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo, 2015.
- Wibowo, Ari. “Dakwah Berbasis Media Dan Komunikasi Visual.” *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* Vol. 02, no. 02 , 2021.
- Wulur, Meisil B. “Pemilihan Media Untuk Dakwah.” *Jurnal Al-Nashihah*, Vol. 1, no. 2 , 2017.
- Zalfa, Anastya, Azril Mohsen Esmali, Nilam Lestari Pane, and Nurkhalifah Tri Septiyani. “Dampak Konten Dakwah Media Sosial Terhadap Perkembangan Religiusitas Mahasiswa PAI UNJ.” *Al-Idza'ah*, Vol. 4, no. 1 , 2022.
- Zikrillah, A, and Y Nurhidayah. “Psikologi Persepsi Visual Pada Konten Dakwah Visual Instagram.” *Prophetic: Professional, Empathy and Islamic Counseling Journal* 4, no. 2 (2021)
- “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring.” *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republk Indonesia, 2022. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **Lampiran 1**

## Surat Izin Penelitian dari Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK)

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
Jalan Gajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faksimile (0341) 552398 Malang  
http://fitk.uin-malang.ac.id email: fitk@uin-malang.ac.id

Nomor : 2006/Un.03.1/TL.00.1/10/2022 31 Oktober 2022  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : **Izin Penelitian**

Kepada  
Yth. Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
di  
Malang

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Dwi Rahmah Hidayati  
NIM : 18110026  
Jurusan : Pendidikan Agama Islam (PAI)  
Semester - Tahun Akademik : Ganjil - 2022/2023  
Judul Skripsi : **Konten Dakwah Media Sosial dan Implikasinya Terhadap Perilaku Beragama Kaum Millenial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)**  
Lama Penelitian : **November 2022 sampai dengan Januari 2023 (3 bulan)**

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

An. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

  
Dr. Muhammad Walid, MA  
NIP. 19730823 200003 1 002

Tembusan :  
1. Yth. Ketua Program Studi PAI  
2. Arsip

Lampiran 2

## Transkrip wawancara dengan Mahasiswa PAI

Nama informan : Yuliana Mardani

Hari/Tanggal : Jum'at/ 09 Desember 2022

Tempat : Perpustakaan UIN Malang

Waktu : 10.00 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Sering sekali dan bisa dibilang setiap hari	(YM.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Biasanya saya kalau mengakses itu lumayan lama terlebih banyak aktivitas yang saya lakukan di gadget, jadi terkadang kalau menonton video dakwah di media sosial itu bisa 30 menit lebih	(YM.RM.1)
3.	Apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	saya biasanya melihat konten dakwah melalui youtube, instagram, dan sekarang kan memang yang lagi viral itu media sosial tik tok. saya menggunakan platform tersebut karena memang media tersebut kan audio visual jadi ada penjelasan dari da'i dan disertai gambar sehingga saya menurut saya lebih bisa dinikmati	(YM.RM.1.02)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Kalau yang biasanya saya lihat memang kebanyakan video-video ceramah, dan itu disampaikan dengan sangat runtut dan jelas terus bahasanya mudah dipahami , serta terkesan tidak memaksa dan keras, tetapi ada juga terkadang yang menggunakan metode demonstrasi semisal kaya mencontohkan tata cara bersuci, shalat, dan lainnya	(YM.RM.1.03 )
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Banyak sekali konten-konten dakwah yang biasanya saya tonton baik itu berbentuk tulisan, kalau di instagram biasanya gambar dari akun-akun dakwah seperti muslimah daily, atau video ceramah di tik tok dan youtube.	(YM.RM.1)
6.	Menurutmu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	iya konten-konten di media sosial menurut saya bisa dibilang menjadi salah satu wadah yang digunakan dalam mencari refrensi atau bahan kajian yang didalamnya banyak sekali saya temukan	(YM.RM.1)

		pembahasan yang saya rasa sangat relate atau tepat dengan berbagai permasalahan yang terjadi.	
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Kalau konten dakwah yang sering sekali lewat dan biasa saksikan itu memang berkaitan dengan ibadah atau fiqh, jadi bagaimana tata cara beribadah yang benar atau juga perkara-perkara yang berhubungan dengan hubungan sosial kaya ceramah-ceramah tentang toleransi, tapi tetap ada yang ceramah-ceramah yang berkaitan dengan akidah atau akhlak tetapi disampaikan dengan menggunakan contoh masalah yang nyata	(YM.RM.1.)
8.	Apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	iya saya lumayan sering menyaksikan konten-konten yang membahas tentang kehidupan dengan sosial jadi menjelaskan tentang bagaimana manusia itu harus bersikap dan memperhatikan kondisi lingkungannya, dan membuat saya termotivasi untuk menjaga hubungan baik dengan keluarga, teman, kerabat, dan lain-lain misalnya didalam perkuliahan dengan menghargai teman-teman yang berbeda dengan kita	(YM.RM.1)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Selama saya menonton konten dakwah di media sosial banyak sekali pesan-pesan yang mampu membuat saya menjadi terbuka dan sadar, misalnya ketika saya sedang merasa putus asa atau kurang semangat terutama dalam ibadah, nah biasanya melalui konten-konten dakwah itu bisa mengembalikan sisi-sisi positif dalam diri saya.	(YM.RM.2.04)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Saya menjadi lebih rajin lagi dalam beribadah, contoh kecilnya yang terjadi dalam diri saya itu kalau dulu saya sering sekali menunda-nunda waktu shalat maka sekarang saya lebih sering memperhatikan shalat terutama disiplin ketika selesai adzan kalau memang tidak ada keperluan saya langsung menunaikan shalat.	(YM.RM.2.05)

11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	saya merasa lebih banyak mempunyai pemahaman dan berusaha menegakkan ibadah puasa baik yang sunnah dan wajib meskipun yang sunnah memang terkadang masih kurang konsisten dilakukan.	(YM.RM.1)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	saya selalu merutinkan membaca al-qur'an dan biasanya saya melakukannya setelah shalat subuh dan shalat maghrib dan dari konten dakwah media sosial itu juga saya sering menonton yang isinya menjelaskan tentang keutamaan dan anjuran-anjuran membaca surat-surat tertentu di waktu tertentu, nah terkadang saya juga menjadi lebih bersemangat dan sering mengamalkan itu.	(YM.RM.2.06)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Kalau berkaitan dengan dzikir atau membaca doa-doa itu memang selalu saya jalankan setiap hari, apalagi ketika hendak beraktivitas jadi memperhatikan dan mengamalkan doa-doa yang memang sudah dari dulu diajarkan juga, tetapi di media sosial juga banyak sekali konten seperti itu biasanya dalam bentuk kaya gambar yang isinya memuat doa dan juga artinya sehingga bisa dihayati dan diamalkan.	(YM.RM.2.)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	kalau saya pribadi lebih senang mendengarkan dan menonton lewat media sosial, apalagi sekarang dengan kondisi yang sibuk untuk menyelesaikan skripsi jadi dengan adanya media sosial ini kita tetap bisa mendengarkan ceramah-ceramah keagamaan.	(YM.RM.1.01)
15	Bagaimana pendapatmu mengenai dampak positif dari konten dakwah terhadap perilaku beragama ?	Menurut saya pribadi konten media sosial itu sangat banyak memberikan dampak positif pada diri saya apalagi saya memang merasa kurang menguasai pengetahuan islam ya sehingga melalui konten dakwah media sosial itu menjadi wadah untuk memberikan pengetahuan baru, mencari kebenaran, dan juga dengan adanya konten dakwah media sosial juga membantu keperluan diri saya terutama dalam perkuliahan	(YM.RM.2)

Nama Informan : Nasihat Sa'adah

Hari/tanggal : Selasa/13 Desember 2022

Tempat : Perpustakaan UIN Malang

Waktu : 15.00 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Cukup sering, tapi kalau sengaja mencari itu jika ada keperluan untuk mencari informasi yang memang dibutuhkan. Jadi kalau hanya menonton setiap hari itu biasanya konten-konten dakwah yang muncul di media sosial saya.	(NS.RM.1)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Kalau untuk durasi waktu, biasanya per video itu durasinya pendek hanya paling lama sekitar 5 menit tapi dalam sehari saya sering menonton biasanya lebih dari 3 kali.	(NS.RM.1)
3.	Apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Saya paling sering mengakses konten dakwah media sosial menggunakan media sosial tik tok, hal ini karena saya sering membuka aplikasi tik tok dibandingkan dengan aplikasi lainnya, yang kedua karena algoritma tik tok nya jadi semisal ada satu konten dakwah yang saya ikuti dan sering saya tonton akhirnya nanti akan muncul seterusnya konten-konten dakwah dari akun itu dan sejenisnya.	(NS.RM.1)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Kalau yang saya saksikan konten dakwah itu biasanya dikaitkan dengan kondisi yang nyata dimasyarakat, sehingga apa yang disampaikan mudah untuk dipahami. Pembawaanya berbeda ada yang disampaikan dengan bahasa yang anak muda sekali dan diselingi dengan guyon ada yang memang serius dan bahasa yang tinggi akan tetapi menurut saya tetap bisa dipahami.	(NS.RM.1.04)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Yang biasanya saya tonton berupa video ceramah, quotes-quotes yang bentuknya foto/video, atau biasanya juga ada yang voice over atau rekaman suara ustadz/ustadzah jadi hanya ditampilkan suaranya saja.	(NM.RM.1.02)

6.	Menurut mu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Kalau yang saya perhatikan dalam konten-konten dakwah media sosial seperti Gus Baha itu memang tidak melulu tentang hal-hal yang sedang viral, jadi temanya mungkin tema-tema ceramah pada umumnya akan tetapi disampaikan dan dikaitkan dengan hal-hal yang sedang hangat dibicarakan. Adapun kalau konten dari Husain Basyaiban dan ustadz muda lainnya itu biasanya pembahasannya memang diminta atau direquest para followersnya sehingga apa yang mereka bahas cenderung mengikuti hal-hal yang sedang viral.	(NM.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	kalau dari konten-konten yang sering saya jumpai hampir ke seluruhnya dari aspek-aspek itu ada, baik dari segi fiqh ibadah, muamalah, akidah, akhlak, tasawuf bahkan juga biasanya saya sering menyaksikan konten dakwah yang berkaitan dengan fiqh kewanitaan seperti yang biasanya disampaikan oleh ning sheila hasina.	(NM.RM.1.03)
8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	iya sangat sering sekali dan saya senang dengan konten-konten yang seperti itu, jadi tidak hanya berkaitan dengan hablu minallah tapi juga hablu minannas.	(NM.RM.1)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	saya pribadi merasa lebih tergugah terutama ketika saya menonton konten dakwah yang membahas tentang syariat dan tata cara ibadah yang benar, sehingga itu bisa memberikan pemahaman yang benar tentang apa yang sebelumnya salah atau tidak diketahui.	(NM.RM.2.)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	konten-konten dakwah yang berkaitan dengan pembahasan ibadah seperti shalat tentunya sangat berpengaruh dalam meningkatkan motivasi beribadah, terutama tentang hukum-hukum nya yang pasti diamalkan, atau keutamaannya dan saya selalu berusaha mengamalkannya terutama dalam meningkatkan kedisiplinan shalat dan juga menjalankan ibadah sunnah biasanya saya rutin shalat dhuha	(NM.RM.2)

11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	iya saya rasa melalui konten dakwah juga bisa menjadi motivasi sehingga kita bisa istiqomah lagi, karena terkadang saya pribadi sudah tahu ilmunya tapi jarang dilaksanakan seperti misalnya kurang istiqomah berpuasa sunnah kadang ada konten dakwah yang membahas tentang kaya ganjaran dan keutamaannya sehingga muncul lagi keistiqomahan untuk berpuasa sunnah, biasanya saya selalu menjalankan puasa sunnah senin-kamis.	(NM.RM.2.05)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	saya sering menjumpai konten yang membahas tentang kiat-kiat istiqomah dalam membaca al-qur'an yang dimana mereka itu sering sekali mampu mengkhataamkan al-qur'an dalam sebulan atau bahkan kurang, dan dari situ saya menerapkan bahwa dalam sehari saya harus membaca minimal satu juz dengan pembagian setiap habis shalat fardhu disempatkan membaca minimal 2 lembar.	(NM.RM.2)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Di media sosial sendiri memang saya banyak menemukan video biasanya yang memuat tentang amalan-amalan seperti dzikir dan doa, akan tetapi yang saya amalkan hanya memang yang jelas dan saya sudah tahu, adapun yang baru saya ketahui itu hanya sekedar saya jadikan itu sebuah wawasan artinya cukup tahu saja, sedangkan untuk mengamalkannya saya tetap berpatokan dengan apa yang sudah diajarkan oleh guru saya.	(NM.RM.2 06)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	menurut saya dua-duanya memiliki kelebihan dan kekurangan dan sama-sama membantu dalam meningkatkan perilaku beragama seseorang. Kelebihan dakwah secara langsung itu kita bisa melihat siapa yang menyampaikan dan apa yang disampaikan itu jelas dan kita yakin bahwa itu benar, sedangkan kalau di media sosial itu terkadang muncul keraguan tentang siapa yang menyampaikan dan apakah benar yang disampaikan itu seperti itu apalagi kalau videonya potongan-potongan itu rawan	(NM.RM.1.01)

		sekali terjadi salah paham, sehingga meskipun yang disampaikan itu baik tetap seperti ada yang kurang, tetapi kalau di media sosial itu kan biasa kita tonton kapan saja dan ceramahnya bisa kita simpan.	
15	Menurut pendapat mu bagaimana dampak positif konten dakwah terhadap perilaku beragama ?	Yang pasti menambah wawasan, meskipun memang tidak bisa semua informasi yang diterima itu langsung dianggap benar, karena memang butuh verifikasi. Kemudian, mampu meningkatkan semangat dalam menjalankan segala ajaran-ajaran islam misalnya dalam segi ibadah yang semula kurang taat menjadi lebih taat dan istiqomah.	(NM.RM.2)

Nama Informan : Aisyah Maulidina  
 Hari/Tanggal : Selasa/13 Desember 2022  
 Tempat : Perpustakaan UIN Malang  
 Waktu : 15.00 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Saya sering sekali mengakses konten dakwah melalui media sosial dan hampir setiap hari, biasanya selalu lewat di media sosial saya seperti reels Instagram, dan kalau saya rasa konten itu menarik biasanya akan saya telusuri dan cari pembahasan yang lebih lengkapnya	(AM.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Kalau untuk waktu itu tergantung berapa lama saya membuka media sosialnya kadang kalau nonton full ceramah bisa sampai 1 jam.	(AM.RM.1.)
3.	Apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Saya biasanya mengakses konten dakwah menggunakan media sosial Instagram. Alasan saya lebih nyaman dengan instagram karena memang saya tidak menggunakan media sosial tik tok, kemudian kalau menggunakan YouTube itu videonya memang lengkap dan panjang sehingga terkadang membosankan untuk di tonton	(AM.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Menurut saya konten-konten yang disampaikan itu sangat mudah dipahami karena penyampaian jelas terutama ustadz Adi Hidayat beliau menggunakan media papan tulis juga dalam menjelaskan sehingga runtut.	(AM.RM.1.)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Saya biasanya menonton konten-konten video ceramah terus juga ada quotes atau kata-kata mutiara entah itu dalam bentuk video juga atau biasanya foto.	(AM.RM.1.)
6.	Menurut mu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Menurut saya dakwah yang disampaikan cukup up-to-date dan berkaitan dengan hal-hal yang memang perlu terutama misalnya ustadz Hanan attaki yang biasanya dakwah nya berkaitan dengan larangan pacaran dan sebagainya yang berhubungan dengan anak muda.	(AM.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu	Kalau quotes atau motivasi itu biasanya saya suka nonton yang berkaitan dengan orang tua, terus kalau video ceramah saya	(AM.RM.1.)

	saksikan banyak berkiatan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	merasa memang semua aspek jadi tidak menentu kadang ada ceramah yang lewat berkaitan dengan tema” akidah, akhlak, dan fiqh, kalau fiqh biasanya yang sering saya tonton berkaitan dengan ibadah dan terkait fiqh kewanitaan seperti masalah haid dan sebagainya.	
8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Iya biasanya ada dan kalau saya pribadi untuk konten seperti itu saya lebih suka yang berhubungan dengan bagaimana cara kita mengatasi diri kita dan cara kita bersikap menghadapi orang lain, sehingga bisa menjadi lebih bijak dalam berinteraksi dengan mereka atau tidak mudah bawa perasaan.	(AM.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Kalau saya pribadi merasa tergugah dengan apa yang disampaikan karena saya benar-benar berusaha untuk memahami dan juga menerapkannya.	(AM.RM.2.02)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Biasanya kalau konten dakwah yang berkaitan dengan ibadah shalat sangat banyak bermunculan terutama tentang hukum-hukum atau aturan seperti shaf shalat dan hal-hal lain yang lebih spesifik yang belum saya ketahui kemudian saya menjadi tahu melalui konten-konten dakwah tersebut dan melalui konten-konten tersebut juga bisa meningkatkan motivasi dalam menjalankan ibadah-ibadah shalat, seperti saya menjadi lebih rajin shalat sunnah seperti shalat sunnah rawatib.	(AM.RM.2.)
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Kalau berkaitan dengan ibadah puasa untuk konten-konten nya yang saya temui biasanya memang seputar waktu pelaksanaan ibadah-ibadah puasa sunnah atau seperti hukum nya. Menurut saya ini cukup membantu dan kita bisa menjadi lebih memperhatikan kapan waktu-waktunya untuk berpuasa sunnah dan tidak mengentengkan atau lupa meskipun hari-hari biasa.	(AM.RM.2.03)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam	Di media sosial saya biasanya selalu muncul konten seperti video murrotal Al-Qur’an nah menurut saya ini menjadi media atau sarana juga apabila tidak sempat membaca Al-Qur’an kan bisa menonton dan otomatis mengikuti	(AM.RM.2.05)

	membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	bacaannya. Namun saya pribadi juga selalu mengusahakan untuk membaca Al-Qur'an itu minimal satu hari satu juz.	
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Iya biasanya ada video atau foto yang isinya berupa doa-doa dan keutamaannya. Nah biasanya saya juga turut mengamalkan kalau memang menurut saya ini menarik dan dibutuhkan, misalnya doa untuk memperlancar urusan dan sebagainya.	(AM.RM.2.04)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Saya pribadi lebih suka menyaksikan dakwah melalui media sosial karena memang bisa dibuka kapan saja dan dimana saja.	(AM.RM.1.01)
15	Bagaimana dampak positif konten dakwah terhadap perilaku beragama?	Menurut saya mungkin bisa membantu seseorang dalam mengubah perilaku beragama seseorang, karena kan memang kecenderungan orang zaman sekarang kan bermain media sosial jadi kalau semakin banyak menonton konten dakwah ya bisa mengubah mindset dan perilaku seseorang.	(AM.RM.2.)

Nama Informan : Sofa Marwatul Huda  
 Hari/Tanggal : Kamis/ 15 Desember 2022  
 Tempat : Kampus 1 UIN Malang  
 Waktu : 09.00 WIB

No.	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Iya kalau dibilang sering ya sering, kadang membuka karena sengaja dan setiap hari pasti ada waktu untuk nonton, karena konten-konten dakwah itu selalu lewat di beranda media sosial	(SMH.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	tergantung, kalau saya merasa dakwah yang disampaikan itu menarik dan menggunakan bahasa-bahasa yang ringan biasanya sih bisa sampai 1 jam.	(SMH.RM.1.)
3.	Apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	biasanya saya nonton melalui media sosial Instagram karena setiap hari saya selalu membuka dan pasti ada konten dakwah yang lewat tapi hanya berupa potongan-potongan. Nah kalau memang saya memiliki waktu luang biasanya sengaja cari lagi di YouTube untuk menonton yang lebih lengkap.	(SMH.RM.1)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Menurut saya penyampaian konten-konten dakwah media sosial selama ini menggunakan bahasa yang mudah dipahami bagi setiap golongan masyarakat baik anak remaja hingga orang tua karena bahasanya simple. Misalnya ustadz Adi Hidayat beliau dalam menjelaskan selalu lembut, detail dan runtut sehingga kita seperti kuliah. Kalau ustadz Abdul somad, karena memang beliau itu dalam membawakan ceramah selalu paham ketika sesuatu butuh ditekankan maka beliau aku memberikan penekanan sehingga kita paham bahwa hal itu sangat perlu diperhatikan. Kalau ustadz Hanan attaki mungkin karena pembawa yang lembut dan beliau juga menggunakan bahasa-bahasa yang sangat akrab dengan millennial atau bahasa gaul sehingga lebih terasa dekat. Kalau ustadz oki Setiana Dewi mungkin karena beliau adalah sama-sama perempuan jadi kadang merasa lebih sesuai dan cocok pembahasannya tentang perempuan.	(SMH.RM.1.05) “Menurut saya penyampaian konten-konten dakwah media sosial selama ini menggunakan bahasa yang mudah dipahami bagi setiap golongan masyarakat baik anak remaja hingga orang tua karena bahasanya simple.”

5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	saya biasanya menyaksikan konten-konten dalam bentuk video ceramah atau live , karena menurut saya itulah bentuk dakwah yang real kita mengetahui dari sumbernya langsung. Sedangkan kalau dalam bentuk lain seperti Vidio animasi/foto takutnya memang ada ucapan yang diedit, dipotong, dan lain-lain . Nah biasanya saya juga akses konten-konten dakwah melalui podcast tapi hanya saya akses ketika hendak tidur.	(SMH.RM.1.0 2)
6.	Menurut mu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Sejauh ini saya merasa bahwa dakwah di media sosial khususnya pada ustadz dan ustadzah yang saya sebutkan tadi memang cukup menyelaraskan isi konten-konten dakwah nya dengan masalah yang terjadi di masyarakat. Mungkin tema yang dibawakan memang merupakan pembahasan yang dasar dan sudah ada hanya saja disertai dengan studi case yang nyata di masyarakat.	(SMH.RM.1.0 3)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Iya konten-konten yang saya saksikan hampir berkaitan dengan kesemua aspek itu , baik itu berkaitan dengan ceramah tentang akidah, fiqh, dan lain-lain. Biasanya saya juga menonton sesuai dengan informasi apa yang saya butuhkan, Misalnya ustadz Abdul Somad saya rasa lebih banyak membahas tentang akidah semisal tadi itu toleransi beragama, kalau ustadzah oki kebanyakan berkaitan dengan kewanitaan seperti fiqh wanita, akhlak muslimah dan lain-lain.	(SMH.RM.1.)
8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Banyak juga yang saya tahu konten-konten dakwah yang menyampaikan tentang <i>hablu minnannas</i> , sehingga seimbang pembahasannya antara <i>hablu minna allah</i> dan <i>hablu minnannas</i> karena kan yang kita tahu menjaga hubungan baik dengan sesama manusia itu juga penting.	(SMH.RM.1.0 4)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	saya pribadi merasa lebih tergugah semisal ketika ada hal yang dulu saya lakukan ternyata dalam pandangan agama itu adalah hal yang salah, maka itu dapat menyadarkan dan membuat paham bahwa itu adalah hal yang salah.	(SMH.RM.2.0 6)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam	Banyak sekali konten dakwah yang membahas tentang ibadah shalat, dan saya merasa ada perubahan dalam diri saya. Misalnya terkait dengan ibadah shalat dimana dari dulu kita	(SMH.RM.2.0 7)

	melaksanakan ibadah shalat ?	hanya sekedar tau seperti rukunnya, syaratnya itu hanya sekedar tau, tapi sekarang lebih memperhatikan dan mempelai lagi secara mendalam bagaimana gerakan” yang benar, dan lainnya. Terus juga banyak sekali konten-konten dakwah yang dia itu berusaha mengajak untuk menegakkan shalat Sunnah misalnya menjelaskan keutamaan-keutamaann gitu dan itu membuat saya menjadi terdorong untuk menegakkan ibadah shalat Sunnah yang selama ini mungkin saya abaikan.	
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Menurut saya ceramah tentang ibadah puasa itu intensitas nya tidak sebanyak pemabahasan yang lain. Tapi tetap selalu ada dan biasanya membahas tentang puasa-puasa sunnah seperti fadilahnya, aturannya, dan saya biasanya juga menjadi termotivasi untuk selalu menerapkan puasa-puasa sunnah meskipun dalam beberapa waktu kadang masih kurang konsisten.	(SMH.RM.2.08)
12	apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur’an ?	iya, intensitas saya dalam membaca Qur’an memang bertambah apalagi semisal sudah tau fadilah-fadhilah nya. Biasanya saya menjadi rajin ketika sehabis mendengarkan ceramah ceramah seperti itu.	(SMH.RM.2.)
13	apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Di media sosial itu saya sering menemukan konten-konten yang biasanya itu tentang amalan-amalan doa, nah saya sendiri kalau memang saya tau doa itu ada dalam hadist, atau memang disampaikan langsung oleh ustadz atau ustadzah saya menerapkan, namun biasanya ada juga yang sumbernya tidak jelas semisal saya pernah menemukan konten dakwah yang menganjurkan membaca doa untuk penyembuhan jerawat, nah yang seperti itu saya tidak menerapkan karena sumbernya tidak jelas dan lagi nanti malah pengharapannya berbeda.	(SMH.RM.2.09)

14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	kalau menurut saya tidak cukup hanya dengan mengandalkan menonton dakwah Islam hanya melalui media sosial saja, ada waktunya kita diharuskan untuk dapat merasakan nikmat nya duduk langsung dalam majelis untuk melihat langsung da'i , sehingga kalau hanya mengandalkan media sosial saja itu seperti ada yang kurang karena seperti kita hanya berguru pada internet dan media sosial. Jadi perlu juga mengimbangi antara kedua nya	(SMH.RM.1.0 1)
15	Bagaimana pendapatmu terkait dampak positif itu terhadap perilaku beragama ?	dengan adanya konten-konten dakwah media sosial, saya rasa bisa memudahkan orang lain untuk mengikuti kajian dakwah apabila ia memiliki kendala dan kesulitan untuk datang langsung, maka media sosial bisa menjadi perantara bagi dia untuk mendapatkan pesan-pesan dakwah	(SMH.RM.2.)

Nama : Siti Fatimah  
 Hari/Tanggal : Sabtu/17 Desember 2022  
 Tempat : Kediaman Informan  
 Waktu : 10.30 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Biasanya saya setiap hari selalu melihat konten dakwah media sosial, terkadang saya melihat itu karena memang tidak sengaja ketika membuka media sosial pasti ada saja semacam konten dakwah atau karena memang saya sengaja ingin menonton sesuatu yang ingin saya cari tahu kalau senggang	(SF.RM.1.01)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah?	Kalau saya bisa dibilang lumayan lama mbak kalau sedang menonton video atau scroll konten dakwah itu bisa sekitar 25 menit	(SF.RM.1.02)
3.	Apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Terkadang saya menggunakan youtube, instagram, atau tik tok, karena biasanya konten-konten dakwah itu lebih update di media sosial tersebut apalagi di tik tok, selain itu juga karena banyaknya informan atau da'i yang berdakwah lewat media sosial tersebut jadi lebih banyak tahu tentang hal-hal yang selama ini ingin kita cari tahu	(SF.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Menurut saya selama saya melihat konten-konten dakwah di media sosial, itu bahasa yang digunakan jelas dan mudah dipahami, terutama bagi para da'i millennial seperti ustadz Agam yang memang penggunaan bahasanya dan pembahasannya itu anak muda sekali jadi kita merasa apa yang disampaikan itu <i>relate</i>	(SF.RM.1.04)
5.	Apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Yang sering saya lihat itu bermacam-macam bisa berbentuk video ceramah, podcast, quotes-quotes yang terkadang isinya berkaitan dengan motivasi islam tentang kehidupan seperti semangat-semangat	(SF.RM.1.)
6.	Menurut mu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Kalau saya merasa memang sangat uptodate , jadi jika ada masalah apa yang sedang ramai dimasyarakat itu dibahas oleh ustadz dan ustadzah , khususnya bagi usatadz muda itu biasanya pembahasannya berkaitan seputar kehidupan anak muda	(SF.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering	Sejauh yang saya tonton, ya hampir kesemuanya ada. Jadi konten dakwah yang	(SF.RM.1.03)

	kamu saksikan banyak berkiatan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	lewat itu temanya itu random saja, kadang berkaitan dengan masalah akidah, kadang fiqh dan lain-lainnya	
8.	Apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Banyak juga ya mbak saya temui konten-konten dakwah yang isinya itu mengajak untuk lebih memperhatikan kepedulian sosial, apalagi orang di zaman sekarang rasa empati nya kepada orang lain itu kurang, jadi lebih banyak sikap acuh tak acuh dengan sesamanya	(SF.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Iya sangat tergugah sekali mbak, terkadang muncul kesadaran tentang hal-hal yang seharusnya kita lakukan tapi ternyata tidak dilakukan	(SF.RM.2.)
10.	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Alhamdulillah sangat bisa membantu saya terutama bisa menjadi lebih disiplin dalam ibadah shalat wajib yang biasanya kurang tepat waktu dan lebih rajin shalat sunnah seperti tahajjud dan rawatib	(SF.RM.2.)
11.	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Yang pastinya dapat memberikan motivasi didalam diri untuk bisa istiqomah menjalankan ibadah puasa sunnah sehari-hari seperti yang rutin saya lakukan itu senin-kamis	(SF.RM.2.)
12.	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Biasanya saya sering melihat video-video yang menjelaskan tentang hukum-hukum tajwid mbak, jadi dari situ kan kita bisa ingat lagi apa yang sudah pernah dipelajari dan dicoba untuk selalu diterapkan ketika membaca Al-Qur'an, dan saya juga setiap hari selalu menyempatkan waktu membaca Al-Qur'an minimal satu hari satu lembar.	(SF.RM.2.05)
13.	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Saya terkadang memang mengamalkan apa yang saya pelajari dari ceramah-ceramah media sosial, termasuk juga kadang ada kaya amalan-amalan seperti kadang ada memperbanyak dzikir-dzikir tertentu atau membaca doa-doa, kalau memang saya pernah mendengar dan itu disampaikan langsung oleh ustadz/ustadzah yang sumbernya jelas pasti saya lakukan	(SF.RM.2.)
14.	kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Sebenarnya kalau hadir langsung di tempat kajian itu rasanya ilmunya lebih melekat dan percaya karena jelas kita mengetahui sumbernya, nah meskipun di media sosial itu juga ada ceramah-ceramah yang sumbernya juga jelas tapi tetap saja ada ragu-ragu	(SF.RM.1.)

		didalamnya, tapi enakya di media sosial itu kan lebih fleksibel	
15	Bagaimana dampak positif yang dapat kamu rasakan dari adanya konten dakwah media sosial ?	menurut saya pribadi konten media sosial itu sangat banyak memberikan dampak positif pada diri saya apalagi saya memang merasa kurang menguasai pengetahuan islam ya sehingga melalui konten dakwah media sosial itu menjadi wadah untuk memberikan pengetahuan baru, dan juga dengan adanya konten dakwah media sosial juga membantu keperluan diri saya terutama dalam perkuliahan.	(SF.RM.2.)

Nama Informan : Koesni Mandala Saputra

Hari/Tanggal : Senin/19 Desember 2022

Tempat : Perpustakaan UIN Malang

Waktu : 09.30 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Kalau aku sengaja mencari konten dakwah sih biasanya agak jarang tergantung pada kebutuhan saja, tapi kalau yang sering lewat itu banyak sekali dan kalau menarik pasti aku tonton.	(KMS.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Kalau memang saya lihat kontennya menarik biasanya saya tonton terus paling lama 10-15 menitlah, tapi kalau memang kurang menarik buat saya biasanya sebentar saja	(KMS.RM.1.02)
3.	Apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Biasanya saya melihat konten dakwah itu dari youtube, tik-tok, atau instagram, kadang juga dari story wa teman-teman	(KMS.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Kalau menurut saya penyampaian da'i itu menggunakan bahasa yang gampang sehingga mudah dipahami, namun untuk ketertarikan saya sendiri itu lebih suka dakwah yang disampaikan Gus Baha, KH. Anwar Zaid karena menurut saya pembawaannya yang tidak begitu serius jadi lebih santai	(KMS.RM.1.)
5.	Apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Biasanya saya lebih suka nonton konten dakwah dalam bentuk video ceramah, atau juga podcast yang penting yang mengangkat pembahasan tentang agama tapi tidak terlalu tegang dan serius	(KMS.RM.1.03)
6.	Menurut mu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Menurut saya mungkin terkadang ada juga sih ya, tapi banyak juga yang memang pembahasannya ya tentang ajaran-ajaran agama Islam yang dasar, dan saya juga suka menonton yang membahas mengenai tentang sejarah-sejarah.	(KMS.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Sebenarnya kalau di media sosial itu pembahasannya tidak semua bab jadi hanya berupa potongan-potongan saja jadi hanya beberapa pembahasan, tidak berurutan seperti kita ngaji di pondok, tapi memang tema yang dibahas itu ya berkaitan saja	(KMS.RM.1.)

		dengan seluruh aspek pembahasan seputar fiqh, akidah, atau akhlak.	
8.	Apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Nah kalau pembahasan yang biasanya mengangkat tema-tema kehidupan sosial itu biasanya saya menonton dari podcast misalnya podcast Dedy Corbuzier itu dengan ulama siapa, nah itu biasanya mengangkat tema-tema yang pembahasannya lebih ke arah situ, misalnya tema tentang toleransi	(KMS.RM.1. )
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Menurut saya menonton konten dakwah itu seperti kita nge charge iman, jadi kadang sehabis nonton konten dakwah itu kita menjadi termenung menjadi sadar tentang kesalahan-kesalahan dan kekurangan kita	(KMS.RM.2.04)
10.	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Karena saya pribadi memang sudah banyak belajar di pondok jadi pondasi ilmu agama terutama fiqh itu sudah ada, hanya saja terkadang itu suka lupa atau tidak diterapkan. Jadi dengan adanya konten dakwah yang membahas seputar ibadah shalat juga kadang menjadi bahan untuk introspeksi dan membangun motivasi lagi	(KMS.RM.2.)
11.	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Iya biasanya bisa menjadi semangat buat diri sendiri kalau misal kita menyadari kurangnya amalan-amalan tertentu begitu terutama puasa-puasa sunnah dihari biasa itu kan juga kadang sebagai manusia itu suka kurang konsisten	(KMS.RM.2.)
12.	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Kalau mengenai konten-konten dakwah seperti tentang pembahasan yang berhubungan dengan Al-Qur'an itu memang terkadang ada, dan itu bisa untuk menambah pengetahuan juga untuk motivasi untuk menerapkan ajaran-ajaran itu ke dalam sehari-hari, apalagi kita juga kan akan mengajar nanti jadi ya adanya konten dakwah yang seperti itu juga memberikan pemahaman tentang suatu pembahasan yang akan kita ajarkan nanti.	(KMS.RM.2.)
13.	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Kalau menurut saya itu mudah dihapal dan juga sedang dibutuhkan bagi diri kita pasti selalu saya terapkan ke dalam kehidupan sehari-hari.	(KMS.RM.2.)
14	kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau	Kalau menurut saya pribadi dua-duanya itu penting dan selagi konten-konten dakwah	(KMS.RM.1.01)

	langsung dari satu ke tempat lain?	di media sosial itu benar apa yang disampaikan maka akan saya dengarkan juga. Hanya saja mungkin yang membedakan itu hadir secara langsung di kajian itu feel nya lebih terasa, jadi kegiatan transfer ilmu nya itu secara langsung.	
15	Bagaimana dampak positif dari konten dakwah media sosial, terutama terhadap perilaku beragama ?	Kalau menurut saya dakwah media sosial itu jika digunakan dapat membantu menyadarkan seseorang. Jika semakin sering kita dengar ya semakin kita tahu maka semakin kita itu mengamalkan ajaran-ajaran agama itu.	(KMS.RM.2.)

Nama : Nor Aini Azizatul Uljana Binti Musai

Hari/Tanggal : Rabu/21 Desember 2022

Tempat : Kediaman Informan

Waktu : 14.00 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	sebenarnya kalau sengaja mencari itu saya tergantung akan kebutuhan informasinya aja, tapi bisa dibilang memang rutin setiap hari itu selalu ada postingan dakwah yang muncul di beranda media sosial saya, sehingga biasanya saya selalu menyaksikan beberapa kali dalam sehari ketika memang sedang membuka media sosial.	(NAA.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Biasanya durasi waktu setiap konten itu pendek, jika kontennya berkaitan dengan fiqh atau akidah itu penjelasannya agak lama mungkin 5 menit an. Nah kalau dalam sehari itu saya bisa beberapa kali nonton jadi kalau diakumulasikan ya mungkin lebih dari setengah jam	(NAA.RM.1.)
3.	apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Yang lebih sering saya gunakan Instagram, tik tok dan Twitter. kalau tik tok dan Instagram karena memang bentuknya kan video jadi lebih nyaman, sedangkan kalau di Twitter itu biasanya ada fitur <i>tranding topick</i> , jadi ketika kita klik maka yang ditampilkan itu pembahasannya masalah yang sedang ramai dibicarakan jadi menurut saya lebih <i>up to date</i> .	(NAA.RM.1.02)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Menurut saya penyampaian dakwah yang disampaikan oleh para da'i contohnya tadi seperti ustadz Abdul Somad itu menurut saya penyampiannya lebih friendly, sehingga kita lebih mudah paham, meskipun terkadang ada beberapa pengucapan atau penggunaan bahasa yang berat tetapi biasanya langsung diperbaiki dan dijelaskan lagi, kemudian penjelasannya juga detail apalagi ketika membahas masalah fiqh itu juga menggunakan demonstrasi sehingga lebih mudah dipahami.	(NAA.RM.1.)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Kalau di twitter bisanya kontennya berupa tulisan-tulisan hanya saja terkadang memang jarang sekali tulisan itu disertai	(NAA.RM.1.03)

		dengan patokan dalil” nya apalagi yang menyampaikan bukan dari akun-akun resmi para ulama sehingga kurang bisa dipercaya, tetapi kalau di media sosial seperti tik tok , Instagram atau YouTube itu kan berbentuk Vidio sehingga mudah dipahami dan jelas siapa yang menyampaikan.	
6.	Menurut mu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	iya banyak apalagi di Twitter itu lebih sering menampilkan pembahasan yang memang masalah itu sedang dibahas, sedangkan kalau di tik tok, Instagram, YouTube itu menurut saya pembahasan yang diangkat itu masalah-masalah atau tema yang lawas, walau ada juga pembahasan terkait masalah yang sedang hangat dibicarakan, tetapi jika dibandingkan kalau yang lebih up to date memang di Twitter.	(NAA.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Yang sering sekali saya tonton biasanya tentang fiqh, kalau terkait dengan tema-tema akidah maupun akhlak itu juga banyak konten-konten seperti itu hanya saja saya pribadi lebih sering menyaksikan yang berhubungan dengan aspek fiqh.	(NAA.RM.1.04)
8.	Apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Hal-hal seperti itu pasti ada, hanya saja menurut saya terkadang pembahasan yang seperti itu memang banyak menimbulkan pro kontra. Misalnya tentang toleransi itu pasti banyak sekali orang-orang yang terkadang setuju dan tidak setuju dengan apa yang disampaikan.	(NAA.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Kalau saya pribadi merasa tergugah sekali, apalagi dalam segi fiqh terkadang kita hanya belajar apa yang ada disekolah dan dikuliah sehingga kadang ada muncul miss komunikasi atau beberapa pemahaman yang kurang, dengan adanya konten dakwah lebih mampu untuk memperbaiki dan melengkapi, misalnya konten dakwah yang juga disertai dengan contoh praktiknya nah itu membuat saya menjadi lebih terbuka.	(NAA.RM.2.)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Yang paling berpengaruh dalam ibadah saya khususnya dalam shalat sih lebih kepada memperhatikan setiap rukun-rukun shalat dan sebagainya, lebih kepada memperbaiki dan tidak mengentengkan hal-hal yang berkaitan dengan ibadah shalat yang benar.	(NAA.RM.2.)

11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Biasanya kalau konten-konten dakwah yang membahas tentang puasa itu berkaitan dengan rukhsash puasa, dan meningkatkan kualitas puasanya sih karena kita sudah tau ilmunya.	(NAA.RM.2.05)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Biasanya konten-konten yang berkaitan dengan Al-Qur'an itu lebih kepada membahas tentang hukum-hukum bacaan, dan saya berusaha untuk memperhatikan lagi bacaan Al-Qur'an saya, sehingga benar tidak hanya dapat cepatnya saja terus ada konten yang membahas tentang sebuah peristiwa sekarang dan dibandingkan dengan kandungan ayat yang ada dalam Al-Qur'an yang membuat keyakinan kita itu menjadi bertambah ternyata isi dari Al-Qur'an itu benar dan sesuai dengan keadaan.	(NAA.RM.2.06)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	yang pastinya iya, biasanya banyak sekali konten-konten yang isinya juga menyampaikan doa" sehari" yang mungkin jarang sekali dipakai, sehingga itu cukup membantu saya untuk lebih memperhatikan dan menerapkan doa-doa tersebut didalam aktivitas sehari-hari misalnya doa ketika hendak bercermin, doa memohon keselamatan, dan lainnya.	(NAA.RM.2.)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Kalau saya memang jarang ikut kajian-kajian, dan akun-akun dakwah di media sosial itu biasanya penyampaiannya lebih to the point jadi ya ceramah aja, berbeda dengan kajian-kajian langsung yang biasanya diselengi dengan acara tambahan sehingga lebih memakan waktu.	(NAA.RM.1.01)
15	Bagaimana dampak positif konten dakwah terutama terhadap perilaku beragama?	Menurut saya pribadi konten dakwah itu sangat bisa membantu untuk merubah perilaku beragama kita menjadi lebih baik, apalagi dakwah itu disampaikan oleh orang yang terpercaya, apalagi ulama yang memang sudah dikenal masyarakat. Jadi bisa dipercaya dan diikuti.	(NAA.RM.2.)

Nama Informan : Muhammad Zayyin Syahru Sya'bana

Hari/Tanggal : Selasa/7 Maret 2023

Tempat : Kopi Tuwo

Waktu : 13.15 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial	Iya saya cukup sering menyaksikan konten dakwah di medsos	(MZSS.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Biasanya ketika saya sedang menganggur itu sering menscroll media sosial, dan sering nonton konten dakwah tapi yang berdurasi pendek sekitar 3 menit, dan itu biasanya dalam sehari lebih dari 10 kali kecuali ketika saya butuh suatu informasi maka langsung ke chanel youtube nya ustadz dan itu biasanya baru saya tonton habis sekitar satu jam	(MZSS.RM.1.)
3.	apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Biasanya saya menyaksikan konten dakwah itu melalui reels instagram atau youtube, atau youtube short	(MZSS.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Kalau hal ini tergantung pada apa isi ceramah yang sedang dibawakan itu perlu penekanan maka pembawaan ustadz nya juga serius, tapi kalau pembahasannya santai biasanya diiringi canda tawa juga. Dan kalau dari segi penyampaian mudah dipahami dan kita bisa mengerti apa yang disampaikan sehingga masuk ke hati	(MZSS.RM.1.01)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Kalau saya seringnya menonton video-video ceramah atau kalau tidak itu biasanya video-video yang isinya kata-kata motivasi misal untuk semangat beribadah	(MZSS.RM.1.)
6.	Menurutmu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Menurut saya tidak semua ustadz/ustadzah akan membawakan ceramah yang berkaitan dengan masalah-masalah yang sedang viral, namun tetap ada terkadang yang isi ceramahnya itu berangkat dari masalah-masalah viral	(MZSS.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Sangat banyak sekali ya pembahasan dari konten-konten dakwah media sosial itu, bahkan terkadang ada yang berkaitan dengan tasawuf atau filsafat juga ada	(MZSS.RM.1.01)

8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Lumayan sering juga ada tema-tema yang membahas mengenai kaya hubungan kita dan orang lain misal toleransi	(MZSS.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Iya biasanya ketika sehabis menonton ceramah itu menjadi lebih tergugah terus muncul kesadaran beragama. Jadi naik turun lah, tapi biasanya memang setelah menonton itu kita menjadi lebih sadar	(MZSS.RM.2.)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Oiya tentunya adanya konten dakwah itu apalagi misalnya pembahasan tentang shalat nah setelah menonton muncul rasa semangat untuk beribadah dengan baik dan memperbanyak shalat khususnya shalat sunnah ya	(MZSS.RM.2.)
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Terkadang ada konten yang membahas mengenai keutamaan bulan-bulan tertentu dan anjuran berpuasa sunnah di bulan ini nah itu sangat mendorong saya untuk lebih konsisten berpuasa, semisalnya puasa sunnah senin dan kamis, atau puasa-puasa di bulan tertentu.	(MZSS.RM.2.)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Quran ?	Menurut saya pribadi saya jarang menyaksikan konten-konten yang berkaitan dengan pembelajaran Al-Quran, karena memang saya sendiri sudah mempunyai guru untuk belajar terkait hal tersebut, sehingga menurut saya memang bisa saja kita belajar mengenai tentang Al-Quran itu melalui medsos untuk pengetahuan dasar seperti misalnya memperindah bacaan Al-Quran dan mendengar ceramah tentang isi Al-Quran, namun memang supaya lebih bagus dan maksimal dalam melatih dan menerapkan hal itu tidak cukup hanya melalui konten dakwah namun perlu mencari guru	(MZSS.RM.2.02)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai zikir dan doa-doa dalam aktivitas sehari-hari?	Biasanya iya saya amalkan misalkan ini ketika hendak Nisfu Syaban atau ketika bulan Rajab nah itu banyak bermunculan anjuran-anjuran itu mengamalkan bacaan-bacaan zikir dan biasanya juga saya lakukan.	(MZSS.RM.2.)

14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Kalau saya pribadi memang menurut saya ada juga ya keuntungan dakwah media sosial itu, cuma kalau memang memiliki waktu yang luang ketika ada pengajian lebih baik ikut pengajian karena itu sumbernya jelas	(MZSS.RM.1.)
15	Menurut pendapatmu, bagaimana dampak positif konten dakwah media sosial terutama terhadap perilaku beragama?	konten dakwah media sosial ini menjadi sarana untuk kita belajar dan memahami sehingga bisa mengamalkan, khususnya bagi anak muda ya kan kita itu pasti punya media sosial dan tidak bisa sekali lepas	(MZSS.RM.2.)

Nama Informan : Muhammad Dhafa Shafarano

Hari/Tanggal : Selasa/7 Maret 2023

Tempat : Perpustakaan UIN Malang

Waktu :16.30 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Iya pastinya sering apalagi memang anak muda sekarang mempunyai gadget dan media sosial dan disana banyak para ustadz dan ustadzah yang menggunakan media sosial dalam bidang dakwah	(MDS.RM.1.01)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Kalau ini tergantung kalau memang pendakwah itu yang memang disenangi maka biasanya lama dan menarik biasanya satu jam sanggup, tapi kalau memang kurang tahu biasanya hanya mendengarkan sebentar saja	(MDS.RM.1.)
3.	apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Pastinya di media sosial seperti instagram, youtube, dan tik-tok, itu hampir semuanya ada konten dakwah	(MDS.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Pastinya setiap pendakwah itu memiliki karakteristik sendiri, ada yang sifatnya tegas namun ada juga yang santai, namun pendakwah di media sosial itu dalam menyampaikan juga mudah dipahami	(MDS.RM.1.)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Saya sih sering menemui podcast, terus yang banyak juga itu gambar quotes tapi saya lebih senang menonton video ceramah youtube karena lebih lengkap dan jelas	(MDS.RM.1.)
6.	Menurutmu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Iya menurut saya terkadang ada saja isi ceramah yang berkaitan dengan masalah terkini karena kan juga perlu untuk mengikuti dan mengetahui hal-hal apa saja yang sedang ramai di masyarakat	(MDS.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Iya kalau itu pasti sering dan memang konten dakwah itu menyampaikan ajaran-ajaran Islam seluruhnya.	(MDS.RM.1.)
8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Iya banyak sekali sih, apalagi kalau memang terjadi penyimpangan-penyimpangan di masyarakat nah itu sering juga dibahas melalui ceramah di media sosial	(MDS.RM.1.)

9.	Apakah kamu menjadi lebih tergerak ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Iya pastinya sih menjadi lebih bersemangat ya	(MDS.RM.2.)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Iya sangat berpengaruh bisa memperbaiki apa yang salah lah, apalagi pastinya kan terkadang ada hal-hal yang kita belum tahu misalnya gerakan yang tepat nah itu kan diterangkan dan dicontohkan kemudian kita bisa menirukannya	(MDS.RM.2.)
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Yang pastinya lebih menjadi termotivasi sih apalagi kan terkadang juga dijelaskan seperti apa yang akan kita dapatkan dari ibadah-ibadah tersebut sehingga kita juga jadi semangat melakukan meskipun masih kurang konsisten	(MDS.RM.2.)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, s pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Biasanya para pendakwah ini juga menyampaikan seperti apa ajaran dalam Al-Qur'an, kemudian menyampaikan kaya ganjaran-ganjaran ap pahalanya sehingga kita menjadi lebih rajin dan terdorong untuk meningkatkan ibadah membaca Al-Qur'an	(MDS.RM.2.)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai dzikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Sering sekali sih saya menerapkan zikir-zikir itu, apalagi sekarang hampir puasa nah pasti lebih banyak meningkatkan diri juga untuk rajin-rajin menerapkan amalan-amalan tertentu	(MDS.RM.2.)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Kalau saya dua-duanya suka, tapi kalau memang bisa hadir di majelis itu lebih baik karena lebih nyaman dan terasa	(MDS.RM.1.)
15	Bagaimana dampak positif konten dakwah terhadap perilaku beragama ?	Saya pribadi merasa konten dakwah media sosial cukup membantulah membuat kita menjadi lebih baik, karena dari situ terkadang kita bisa menyadari kesalahan-kesalahan kita sehingga kita menjadi sadar dan berubah	(MDS.RM.2.)

Nama Informan : Muhammad Yusril Maulana

Hari/Tanggal : Selasa/7 Maret 2023

Tempat : Perpustakaan UIN Malang

Waktu : 17.30 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Saya sering menonton konten dakwah biasanya ketika tidak sengaja menscroll media sosial misalnya ketika menunggu perkuliahan atau memang sengaja mencari informasi tertentu misalnya tata cara bersuci atau sejarah-sejarah keislaman	(MYM.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Untuk durasi waktu itu, kalau dirata-rata mungkin sekitar setengah jam sampai satu jam itu sudah cukup	(MYM.RM.1.01)
3.	apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Biasanya saya menggunakan youtube, tiktok, reels instagram atau facebook, karena saya lebih suka yang dia itu berbentuk video daripada gambar atau foto saja karena menurut saya lebih jelas dan lebih mudah dipahami	(MYM.RM.1.02)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Menurut saya cara da'i berdakwah melalui media sosial itu memiliki ciri khas dan kreativitas sendiri-sendiri, namun memang penyampaian da'i itu ada yang santai, ada yang sedikit keras, juga ada yang santai tapi tegas	(MYM.RM.1.)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Biasanya saya menyaksikan video atau live streaming melalui youtube, atau instagram seperti contohnya majelis ta'lim riyadhul jannah	(MYM.RM.1.)
6.	Menurutmu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Menurut saya terkadang ada sebagian pendakwah yang mengaitkan isi ceramah ajaran Islam itu dengan masalah-masalah yang sedang ramai di masyarakat, misalnya ada kasus anak muda yang sering sekali menghardik orang tua nah itu kemudian dikaitkan dengan ajaran Islam	(MYM.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Menurut saya konten-konten dakwah yang lewat di media sosial itu tema nya random kadang akidah, akhlak, fiqh, tarikh, tasawuf, bahkan ilmu Al-Qur'an tetapi kalau saya pribadi biasanya kalau sering mencari itu berkaitan dengan fiqh	(MYM.RM.1.03)

8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Menurut saya juga ada konten-konten dakwah itu menyinggung masalah-masalah sosial karena masalah sosial itu juga penting dibahas misalnya tentang sopan dan santun atau yang berkaitan dengan moral apalagi di zaman sekarang kan anak muda itu juga kurang baik moral dan perilakunya	(MYM.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Kalau saya pribadi merasa tergugah dan semangat juga serta memberikan motivasi kepada saya untuk bisa menjadi lebih baik	(MYM.RM.2.)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Iya konten-konten dakwah media sosial khususnya yang sering juga membahas mengenai fiqh shalat itu memberikan kesadaran dalam diri misalnya menjadi lebih disiplin lagi dalam shalat awal waktu dan shalat berjamaah	(MYM.RM.2.)
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Terkadang ada konten-konten dakwah yang dia itu menjelaskan mengenai keutamaan puasa sunnah seperti Rajab, puasa Sya'ban, atau informasi-informasi lain yang berkaitan dengan puasa yang saya tidak paham atau dapatkan sebelumnya. Nah ini membantu saya untuk lebih meningkatkan lagi mengenai pemahaman dan pengamalan saya dalam menegakkan ibadah puasa khususnya ibadah puasa sunah	(MYM.RM.2.04)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Biasanya ketika saya membuka konten dakwah media sosial itu juga ada yang berkaitan dengan pembahasan mengenai tajwid atau kandungan ayat-ayat Al-Qur'an , dan saya berusaha untuk mencatat, memahami itu, memperhatikan tajwid ketika membaca Al-Qur'an	(MYM.RM.2.)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai zikir dan doa-doa dalam aktivitas sehari-hari	Biasanya kalau memang ada amalan-amalan zikir atau doa dan saya sudah tahu akan saya amalkan, namun kalau memang saya tidak tahu dan ragu akan saya tanyakan dulu kepada guru saya baru kemudian diamalkan	(MYM.RM.2.03)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Peran konten dakwah media sosial itu sangat penting mbak tapi kalau saya bisa hadir saya lebih senang hadir langsung di majelis supaya lebih terasa keberkahannya	(MYM.RM.1.)

15	Bagaimana dampak positif konten dakwah terhadap perilaku beragama ?	Menurut saya bisa-bisa saja, konten dakwah itu menjadi pendorong ya tapi tetap harus ada yang mendampingi dalam hal ini butuh peran seorang guru supaya ada yang membimbing secara langsung	(MYM.RM.2.)
----	---	---	-------------

Nama Informan : Muhammad Galih Risky Ramadhan

Hari/Tanggal : Rabu/8 Maret 2023

Tempat : Dau (Tempat PKL Informan)

Waktu : 08.30 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Kalau saya menyaksikan konten dakwah media sosial itu jarang-jarang, jadi ya kadang menonton kadang tidak	(MGR.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Saya biasanya untuk menonton konten-konten dakwah itu kalau di total ya terkadang setengah jam	(MGR.RM.1.)
3.	apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Biasanya youtube atau instagram, jadi lebih ke dua hal ini	(MGR.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Menurut saya para da'i yang biasanya saya tonton itu dalam menyampaikan konten dakwah itu itu sifatnya moderat ya. Ya mungkin bisa jadi ada yang tidak moderat tapi hal itu sangat jarang saya temui. Terus untuk penyampaiannya sendiri, menurut saya bahasa yang digunakan itu bisa kita terima	(MGR.RM.1.01)
5.	Apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Kebanyakan yang saya tonton itu video ceramah atau mungkin kaya gambar/video yang isinya quotes-quotes	(MGR.RM.1.)
6.	Menurutmu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Menurut saya memang terkadang ada beberapa konten dakwah itu yang mengikuti perkembangan zaman, jadi kaya ada misalnya ada permasalahan apa di masyarakat, nah itu dibahas dari sisi Islam begitu	(MGR.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Ya semuanya menurut saya ada, hanya saja yang lebih sering saya saksikan itu biasanya berkaitan dengan tema-tema seperti Akidah dan Fiqh	(MGR.RM.1.)
8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Pasti juga ada ya kebanyakan misalnya membahas tentang toleransi, tentang sikap kita terhadap orang lain, terhadap lingkungan begitu	(MGR.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah	Iya pasti terkadang membuat kita menjadi lebih sadar dan paham, misalnya tadi ketika	(MGR.RM.2.)

	menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	menyaksikan konten tentang toleransi nah kita menjadi paham bagaimana bersikap bagaimana batas-batasnya	
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Sangat membantu, karena terkadang saya pribadi suka lupa ya kadang lupa bagaimana sunahnya atau hukumnya, nah jadi konten dakwah itu bisa mengingatkan dan memberi pemahaman kemudian pasti diamalkan dalam beribadah sehari-hari	(MGR.RM.2.)
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Lumayan sering biasanya itu kaya misalnya mendekati bulan tertentu seperti sya'ban sekarang kan nah itu sering muncul seperti hukum puasa ini, atau fadhilah puasa ini. Dan yang pasti itu mengingatkan dan membuka kesadaran bagi kita untuk menunaikan juga tapi tetap tujuannya tidak hanya sekedar karena ingin dapat fadhilah	(MGR.RM.2.)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Saya lumayan sering melihat konten yang kaya mengaji dan itu membantu saya untuk mengingat lagi tentang makhraj huruf, hukum tajwidnya, bahkan jadi sarana belajar untuk memperindah suara karena banyak juga kadang yang memberikan contoh praktik nada-nada dan irama seperti bayyati, dan lain-lain	(MGR.RM.2.02)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai zikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Saya biasanya terlalu sering menskip kalau ada postingan-postingan kaya amalan-amalan yang dikhususkan untuk sesuatu, jadi yang saya amalkan hanya yang memang umumnya saya tahu, tapi kalau sudah pengkhususan saya biasanya tidak mengikuti itu	(MGR.RM.2.03)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Kalau saya pribadi konten dakwah media sosial itu cukup penting ya, nah tapi kalau memang saya bisa hadir langsung di majelis saya akan ke majelis karena lebih masuk dan mengena saja	(MGR.RM.1.)
15	Bagaimana dampak positif konten dakwah terhadap perilaku beragama ??	Menurut saya media sosial itu cukup membantu dan berguna ya, apalagi terkadang juga banyak ya anak muda itu yang awam tentang agama nah jadi dengan konten dakwah itu bisa membantu untuk memberikan pemahaman sedikit-sedikit yang lama-lama pasti berdampak pada diri	(MGR.RM.2.)

Nama Informan : Misbahul Munir

Hari/Tanggal : Rabu/8 Maret 2023

Tempat : Google Meet

Waktu : 19.20 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Saya sangat suka bermedia sosial dan konten dakwah itu sering sekali muncul di beranda media sosial sehingga saya selalu menonton konten-konten dakwah	(MM.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Kalau untuk durasi waktu itu tergantung pada apa yang sedang saya tonton, jika di instagram/tik-tok itu kan durasinya pendek sekitar 5 menit tapi konten dakwah itu bisa saya tonton terus. Kalau melalui youtube nah itu bisa sampai satu jam	(MM.RM.1.01)
3.	apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Beberapa media sosial yang sering saya pakai itu seperti tik-tok, youtube, instagram, itu yang paling sering saya pakai dan saya juga mengikuti beberapa akun dakwah misalnya nuonline, kalau whatsapp terkadang ada juga konten dakwah tapi jarang saya menyaksikan dari situ	(MM.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Memang menurut saya ada beberapa karakteristik da'i dalam menyampaikan konten dakwah itu, namun yang lebih sering saya temui itu da'i menyampaikan dengan lembut, santai, dan menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dipahami walaupun terkadang ada yang mencampur dengan bahasa asing itu biasanya ada terjemahannya, sehingga saya bisa paham	(MM.RM.1.)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Konten dakwah yang sering saya temui dan sukai itu berbentuk video ceramah pendek karena menurut saya lebih langsung membahas kepada intinya daripada sekedar membaca tulisan yang digambar, namun untuk kaya quotes-quotes itu saya juga suka	(MM.RM.1.)
6.	Menurutmu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Memang konten dakwah itu bermacam-macam, jadi sering juga ada para ulama yang memberikan respon/tanggapan dengan membuat konten dakwah yang berkaitan dengan masalah yang sedang ramai misalnya ada kasus waktu itu anak yang berlaku keras pada orang tua itu langsung dibahas dari sisi Islam	(MM.RM.1.02)

7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Tentunya semua konten dakwah itu membahas berbagai macam ajaran Islam ya mbak, jadi banyak sekali bisa tentang akidah, fiqh, dan lain-lain. Namun yang sering sekali saya tonton itu memang berkaitan dengan fiqh	(MM.RM.1.)
8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Yang pastinya ada mbak, misalnya terkadang yang paling sering itu tentang misalnya bagaimana menyikapi perayaan hari besar orang lain	(MM.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih tergugah ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Sangat tergugah terutama ketika melihat konten dakwah yang pembahasannya <i>relate</i> dengan kondisi saya saat, maka hal itu bisa membangun semangat saya	(MM.RM.2.03)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	Iya mbak hal itu sangat mampu menumbuhkan motivasi dalam diri saya untuk jadi lebih baik, misalnya kan bacaan-bacaan shalat yang memang menjadi syarat sah bagaimana yang benar dan itu membuat saya selalu berusaha memperbaiki, juga meningkatkan shalat sunah yang biasanya motivasi itu muncul ketika kita sudah tahu bagaimana keutamaannya yang sering sekali dibahas di konten dakwah	(MM.RM.2.)
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Tentunya iya apalagi kan sekarang mendekati ramadhan nah itu banyak sekali bahkan dari bulan Rajab lalu itu ceramah-ceramah yang menganjurkan untuk melakukan ibadah-ibadah puasa sunah, dan tentunya ceramah-ceramah yang berkaitan dengan puasa ini menjadi dorongan sehingga untuk mempersiapkan juga menyambut ramadhan, baik dari segi ilmu maupun yang lainnya	(MM.RM.2.)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Jadi di media sosial itu ada salah satu akun yang saya ikuti, akun itu isinya mengaji. Nah dari situ saya belajar bagaimana membaca Al-Quran yang baik dengan suara yang indah, sehingga diri saya termotivasi untuk terus berlatih dan membaca Al-Quran terus-menerus juga belajar memahaminya	(MM.RM.2.)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai zikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Iya terkadang ada para ulama itu yang menjelaskan ya bacaan amalan zikir atau doa beserta fadhilahnya, dan pastinya mbak itu memunculkan motivasi diri saya untuk mengamalkannya	(MM.RM.2.05)

14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Dua-duanya saya sukai, jadi melalui konten dakwah media sosial itu kan kita menjadi lebih mudah untuk selalu menyaksikan ceramah-ceramah keagamaan yang sangat bermanfaat bagi diri kita, simple dan praktis, namun kalau memang ketika saya memiliki waktu luang dan ada kajian maka saya juga akan hadir langsung di tempat kajian	(MM.RM.1.01)
15	Bagaimana dampak positif konten dakwah terhadap perilaku beragama ??	Menurut saya hadirnya konten dakwah media sosial sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan insight sehingga kita bisa mengerti dan juga seiring waktu bisa berubah menjadi lebih baik, apalagi kan di zaman sekarang memang semua orang itu tidak bisa lepas untuk tidak bermain media sosial begitu. Jadi ini bisalah menjadi sarana apalagi kalau memang kita sibuk dan sulit hadir di pengajian.	(MM.RM.2.04)

Nama Informan : Sultan Zufian Hidayat

Hari/Tanggal : Kamis/9 Maret 2023

Tempat : Perpustakaan UIN Malang

Waktu : 13.20 WIB

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan	Coding/Reduksi
1.	Apakah kamu sering mengakses dan menyaksikan konten-konten dakwah yang ada di media sosial ?	Saya termasuk orang yang sering nonton dakwah media sosial karena sekarang kan media sosial isinya ga hanya konten-konten yang sifatnya menghibur tapi juga ada dakwah	(SZH.RM.1.)
2.	Berapa lama waktu yang kamu habiskan dalam mengakses konten dakwah ?	Mungkin kadang-kadang paling lama 30 menit sampai 1 jam	(SZH.RM.1.)
3.	apa saja jenis media sosial, yang sering kamu pakai untuk menyaksikan konten-konten dakwah ?	Paling sering saya pakai sih youtube mbak, karena lebih jelas dan lebih lengkap	(SZH.RM.1.)
4.	Bagaimana penyampaian da'i dalam menyajikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Sejauh pengamatan saya da'i itu memiliki khas sendiri. Ada yang keras, ada yang santai dan lembut, dan ada yang lebih menyatu dengan anak muda, seperti yang biasa saya saksikan itu ustadz Hanan Attaki itu lebih santai bahasanya juga khas anak muda sekali jadi saya merasa lebih nyaman	(SZH.RM.1.04)
5.	apa jenis-jenis konten dakwah media sosial yang sering kamu saksikan ?	Kalau saya lebih sering menyaksikan konten dakwah dalam bentuk video ceramah karena saya lebih suka itu dibandingkan dengan hanya tulisan-tulisan	(SZH.RM.1.02)
6.	Menurutmu apakah pembahasan yang termuat dalam konten dakwah media sosial selalu berkaitan dengan hal-hal aktual yang terjadi di masyarakat ?	Kalau menurut saya dari apa yang saya lihat sih memang ada kebanyakan da'i yang juga turut membahas konten dakwah itu ada kaitannya dengan masalah yang viral, dan itu juga untuk menarik perhatian masyarakat juga	(SZH.RM.1.)
7.	Apakah isi dari konten-konten dakwah yang sering kamu saksikan banyak berkaitan dengan aspek akidah, akhlak, dan fiqh ?	Kalau yang sering lewat di media sosial saya sih kebanyakan memang semua itu ada, tapi mungkin memang paling banyak saya saksikan itu terkait Aqidah dan Fiqh	(SZH.RM.1.03)

8.	apakah kamu sering menjumpai konten-konten dakwah yang bertemakan kehidupan sosial ?	Saya pribadi sering melihat konten-konten dakwah seperti itu biasanya hal itu berkaitan dengan tema muamalah antar sesama manusia, itu sering saya lihat	(SZH.RM.1.)
9.	Apakah kamu menjadi lebih terganggu ketika telah menyaksikan konten-konten dakwah di media sosial ?	Betul sekali mbak, saya menjadi terbangun juga kesadaran beragamanya, karena kan dengan adanya konten seperti itu bisa menambah semangat juga dalam ibadah dan lain sejenisnya	(SZH.RM.2.05)
10	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah shalat ?	ilmu-ilmu fiqh itu banyak sekali saya pelajari dari refrensi di media sosial walaupun juga ada datang ke kajian ilmu. Dan hal itu berdampak pada saya dalam memperbaiki kualitas shalat jadi shalat tidak hanya sekedar shalat, dan tentunya saya pribadi menjadi lebih disiplin juga	(SZH.RM.2.06)
11	Apakah konten dakwah media sosial memotivasi kamu untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan ibadah puasa ?	Yang saya dapati dari adanya ceramah-ceramah yang membahas tentang fiqh puasa ya akhirnya kita tahu bahwa puasa tidak hanya sekedar menahan lapar dan haus, tapi juga ke utamanya, aturannya, sehingga dalam menjalankan itu kita tidak hanya sekedar menjalankan syariat saja	(SZH.RM.2.)
12	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorong kamu dalam meningkatkan kuantitas, kualitas, serta pemahaman kamu dalam membaca dan mengamalkan Al-Qur'an ?	Cukup sering juga saya melihat konten Al-Qur'an khususnya tajwid ya itu sering, dan itu tentunya menambah wawasan sehingga tidak hanya sekedar membaca tapi juga lebih berusaha untuk memperbaiki bacaan dan sehingga lebih dekat dan mempelajari isinya	(SZH.RM.2.)
13	Apakah konten-konten dakwah media sosial turut mendorongmu dalam menghafal dan mengamalkan berbagai zikir dan doa-doa dalam aktivitas seharian?	Biasanya ketika bertepatan dengan momen-momen tertentu itu biasanya banyak sekali video yang terkait dengan amalan-amalan zikir atau doa. Dan kalau saya pribadi akan mengamalkannya dengan catatan itu dicari tahu terlebih dahulu landasannya, jadi tidak sekedar mengikuti	(SZH.RM.2.07)
14	Apakah kamu lebih menyukai dakwah melalui media sosial atau langsung dari satu ke tempat lain?	Dua-duanya saya suka karena memiliki plus minus, kalau di medsos itu lebih bisa kita akses di mana saja seperti dari rumah, nah kalau datang langsung itu kita juga menjadi lebih leluasa untuk bertanya. Jadi menurut saya ya sama-sama penting	(SZH.RM.1.01)
15	Bagaimana dampak positif konten dakwah terhadap perilaku beragama ??	Kalau menurut saya media sosial itu bisa menjadi keuntungan tersendiri sih karena bisa menjadi sarana untuk belajar agama Islam meskipun memang tetap kita butuh guru	(SZH.RM.2.)

### Lampiran 3

#### Transkrip Pengamatan Terhadap Konten-konten Dakwah Media Sosial

Subjek Pengamatan : Dwi Rahmah Hidayati  
Objek Pengamatan : Jenis-jenis konten dakwah di media sosial  
Hari/Tanggal : Rabu, 15 Januari 2023  
Deskripsi Pengamatan :

Pada saat membuka beberapa media sosial terdapat banyak sekali konten-konten dakwah yang berseliweran di media sosial. Konten-konten dakwah yang paling banyak ditemui pada media sosial instagram dan tik-tok, youtube paling banyak berupa potongan video-video ceramah, dan rekaman suara da'i. Selain itu juga ditemukan konten dakwah dalam bentuk lain seperti misalnya poster atau gambar, juga konten dakwah yang hanya berupa tulisan-tulisan seperti contohnya kata-kata motivasi Islami.

Subjek Pengamatan : Dwi Rahmah Hidayati  
Objek Pengamatan : Isi konten dakwah yang ada di media  
Hari/Tanggal : Kamis, 16 Januari 2023  
Deskripsi Pengamatan :

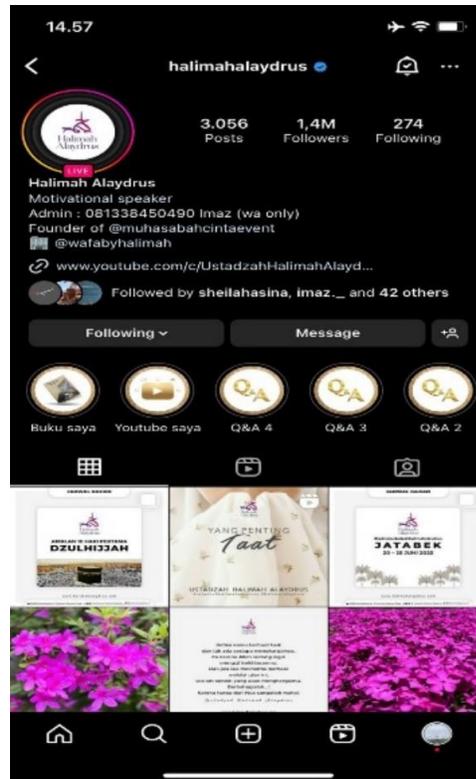
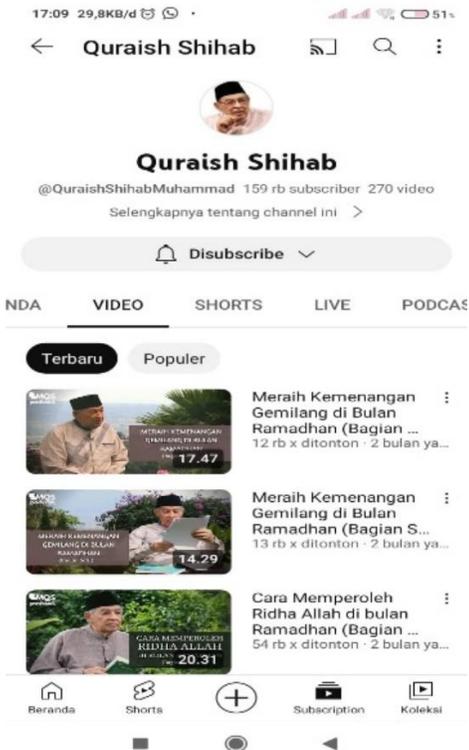
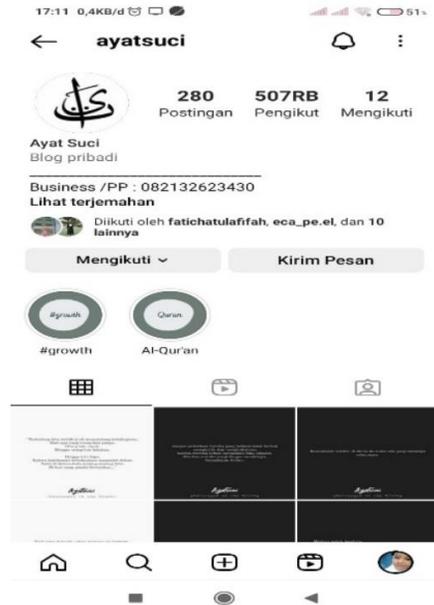
Setiap log in dan membuka media sosial selalu ada konten dakwah yang muncul namun dengan isi dan pembahasan yang selalu berganti-ganti. Terkadang pembahasan itu seperti ceramah-ceramah yang membahas seputar Fiqh, ditemukan juga ceramah yang berisi tentang ajakan untuk beriman kepada Allah dan hal lainnya yang berkaitan dengan Akidah, quotes-quotes Islami yang membangun motivasi, dan juga ceramah-ceramah keagamaan lainnya yang berkaitan dengan dengan akhlak remaja seperti yang sering disampaikan ustadz Hanan Attaki, serta konten yang membahas mengenai pembelajaran Al-Quran

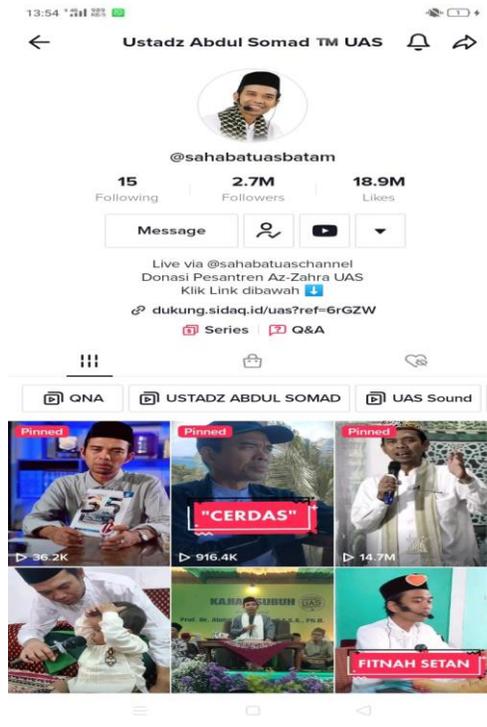
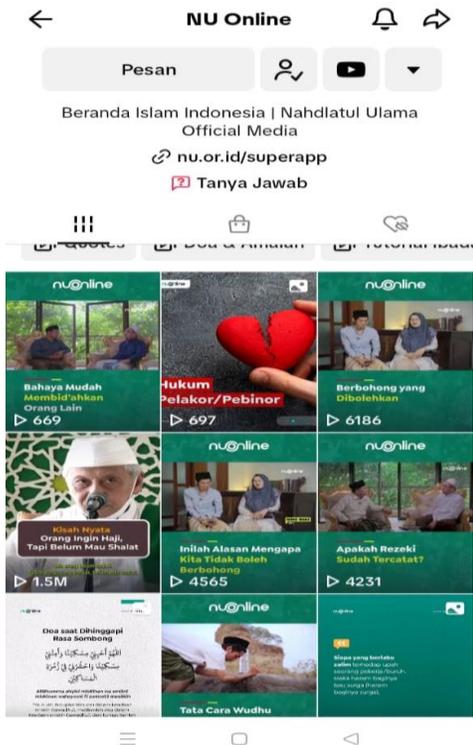
Subjek Pengamatan : Dwi Rahmah Hidayati  
Objek Pengamatan : Penyampaian da'i dalam berdakwah  
melalui konten dakwah di media sosial  
Hari/Tanggal : Senin, 20 Januari 2023  
Deskripsi Pengamatan :

Dalam menyampaikan konten dakwah media sosial da'i memiliki gaya dan ciri khas masing-masing, seperti misalnya dakwah yang dilakukan ustadz Adi Hidayat yang biasanya ketika membuat konten dakwah selalu menggunakan media lain seperti papan tulis untuk memperjelas dan menuliskan isi pesan-pesan dakwahnya, ada yang berdakwah dengan obrolan dan diskusi santai seperti yang kerap dilakukan Habib Ja'far, ada pula konten yang disajikan dengan melalui metode tanya jawab. Dalam menyampaikan isi pesan dakwah, bahasa yang digunakan oleh da'i kebanyakan menggunakan bahasa Indonesia yang biasa dipakai sehari-hari, sehingga tidak terlalu berat dan tinggi dan bisa dipahami oleh seluruh pengguna media sosial, ada yang berceramah dengan menggunakan gaya bahasa ala anak muda untuk menarik perhatian mereka, serta ditemukan pula da'i yang dalam ceramahnya yang dominan menggunakan bahasa daerah seperti Gus Baha. Adapun dalam menyampaikan isi pesan dakwah, materi dipaparkan dengan singkat dan jelas, langsung membahas kepada point-point penting juga memberikan bentuk atau contoh permasalahan yang ada di masyarakat, serta dalam beberapa pembahasan seperti terkait permasalahan Fiqh ibadah biasanya juga disertai dengan praktik, sehingga mad'u dapat melihat secara langsung praktik yang benar.

## Lampiran 4

### Bukti Follow akun-akun dakwah media sosial oleh mahasiswa





← **Adi Hidayat Official** 🔔 ↻



**@adihidayatofficial**

0 Mengikuti | **98.1K** Pengikut | **204.0K** Suka

Pesan  

 Tanya Jawab



7897 | 57.4K | 34.9K | 33.2K | 34.2K | 52.3K

17:13 18,3KB/d 🔔 ↻

← **pondoklirboyo** 🔔



**1.104** Postingan | **401RB** Pengikut | **4** Mengikuti

**Pondok Lirboyo**  
Situs web pendidikan  
Akun Resmi Pondok Pesantren Lirboyo, Kota Kediri, Jawa Timur - Indonesia.  
"Santri lek mulih oj... selengkapnya  
Lihat terjemahan  
[lynk.id/pondoklirboyo](https://lynk.id/pondoklirboyo)  
Diikuti oleh [zuhayreenass...](#), [rahmaitsnajr](#), dan 10C lainnya

Mengikuti  Kirim Pesan 

 BROSUR 2023...  MHM



HADI PARBI SABUN WANGI... HADI YUSUF TOKOH BUNYA... HADI YUSUF TOKOH BUNYA... HADI YUSUF TOKOH BUNYA...

17:13 30,3KB/d 🔔 ↻

← **sheilahasina** 🔔



**430** Postingan | **486RB** Pengikut | **668** Mengikuti

سيلا حسينة زمزمي  
Motivator  
Ahmad's wife @ahmadkafa @madpro1991  
Mama Of Muhammad, Mahmoud and Nura ❤️...  
selengkapnya  
Lihat terjemahan  
[t.me/joinchat/AAAAAFKXBN93Zcy2IEbjAg](https://t.me/joinchat/AAAAAFKXBN93Zcy2IEbjAg)  
Diikuti oleh [ahmadkafa](#), [imkafa](#), dan 90 lainnya

Mengikuti  Kirim Pesan 

 PENDAFTARAN  NIFAS  ROMADHON  ROJAB



17:13 63,9KB/d 🔔 ↻

← **ahmadkafa** 🔔



**158** Postingan | **186RB** Pengikut | **97** Mengikuti

Ahmad Kafa  
Belajar Dari Kehidupan  
Kediri, 03 02 91, [@sheilahasina](#), Partner Of [@madpro1991](#)  
Diikuti oleh [imkafa](#), [sheilahasina](#), dan 67 lainnya

Mengikuti  Kirim Pesan 

 Umroh 29.8.22  BAHTERA SE...  Dua Cahaya  Aby Syahmah



## Lampiran 5

### Contoh konten dakwah yang termuat di media sosial



Konten dakwah dalam bentuk siaran langsung

Konten dakwah yang berisi ceramah dalam bentuk rekaman suara/podcast





Konten dakwah berbentuk poster/foto



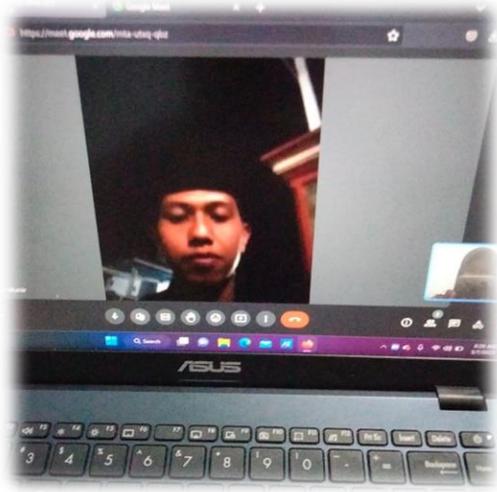
Konten dakwah berupa video ceramah

## Lampiran 6

### Dokumentasi wawancara dengan Mahasiswa PAI







## Lampiran 7

### Jurnal Bimbingan Mahasiswa



KEMENTERIAN AGAMA  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
 Jalan Gajayana Nomor 50, Telepon (0341)551354, Fax. (0341) 572533  
 Website: <http://www.uin-malang.ac.id> Email: [info@uin-malang.ac.id](mailto:info@uin-malang.ac.id)

#### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

##### IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 18110026  
 Nama : DWI RAHMAH HIDAYATI  
 Fakultas : ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
 Jurusan : PENDIDIKAN AGAMA ISLAM  
 Dosen Pembimbing 1 : Dr. H. Agus Maimun, M.Pd  
 Dosen Pembimbing 2 :  
 Judul Skripsi/Tesis/Disertasi : KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PERILAKU BERAGAMA KAUM MILLENIAL (STUDI KASUS MAHASISWA PAI UIN MALANG)

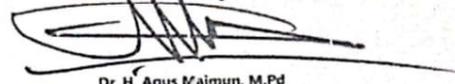
##### IDENTITAS BIMBINGAN

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Proses Bimbingan	Tahun Akademik	Status
1	10 Februari 2022	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Bimbingan mengenai judul penelitian terkait objek penelitian : lebih tepat menggunakan perilaku beragama daripada sikap beragama	Genap 2021/2022	Sudah Dikoreksi
2	02 September 2022	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Melakukan perbaikan judul penelitian menjadi "KONTEN DAKWAH MEDIA SOSIAL DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PERILAKU BERAGAMA (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang) dan mengubah pendekatan penelitian menjadi kualitatif dan menentukan fokus penelitian	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	09 September 2022	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Melakukan bimbingan terkait bab 1 : Latar belakang dimulai dengan konsep dakwah, macam-macam dakwah, dakwah melalui media sosial, dan lain-lainnya.	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	14 September 2022	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Melakukan bimbingan terkait bab 1 dan 2 : Fokus penelitian kedua, perlu diperjelas mengenai perilaku beragama dalam hal apa seperti ibadah mahdah, perilaku beragama dalam pergaulan antar mahasiswa, perilaku beragama dalam menyikapi perbedaan antar pendapat da', dan lainnya. Melanjutkan penulisan proposal bab 3	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	23 September 2022	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Memperbaiki penulisan judul yang benar sesuai kaidah, memperbaiki tujuan penulisan, menentukan jenis penelitian yang tepat pada bab 3 yakni menggunakan studi kasus, memperjelas subjek penelitian, menambahkan sub-bab mengenai kehadiran penelitian.	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
6	03 Oktober 2022	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Melakukan beberapa revisi seperti : menghapus ayat-ayat pada latar belakang dan langsung menjelaskan maknanya, memperjelas kehadiran peneliti, memperjelas penentuan subjek penelitian dengan menyebutkan jumlah informan dan semesternya, menentukan jenis analisis data kemudian baru menyebutkan prosedur analisis nya	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
7	12 Desember 2022	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Melakukan bimbingan dan revisi terhadap rumusan masalah	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
8	03 Maret 2023	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Konsultasi mengenai BAB IV : Mempersingkat sejarah UIN Malang, memeriksa kembali penulisan, nama mahasiswa tidak perlu disebutkan cukup ditulis sebagai salah satu informan dan diberi catatan kaki	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	06 Maret 2023	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Melakukan bimbingan terkait penulisan Bab 4 : penulisan sudah oke, data mahasiswa yang mengakses dilengkapi dengan kuantitatif, frekuensi akses konten dakwah ditulis secara kuantitatif, menambah kembali informan	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
10	16 Maret 2023	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Melakukan konsultasi hasil revisi bab 4 : sudah baik, lanjut penulisan bab 5 Pembahasan[	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
11	06 April 2023	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Konsultasi terkait penulisan Bab V : Memasukkan dan menyeimbangkan teori (jurnal, buku, dan lainnya) pada setiap temuan penelitian, memperbaiki bahasa penulisan temuan penelitian	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
12	05 Mei 2023	Dr. H. Agus Maimun, M.Pd	Konsultasi terkait bab V dan VI : Mempersingkat kesimpulan, memperbaiki tata penulisan, memperbaiki penulisan sesuai daftar pustaka	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi

Telah disetujui  
 Untuk mengajukan ujian Skripsi/Tesis/Desertasi

Dosen Pembimbing 2

Melara 18 Mei 2023  
Dosen Pembimbing 1



Dr. H. Agus Maimun, M.Pd

Kajur / Kaprodi



Mujibid, N. Ag

## Lampiran 8

### Sertifikat Cek Plagiasi

	<b>KEMENTERIAN AGAMA</b> <b>Universitas ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG</b> <b>FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN</b> <b>PUSAT PENELITIAN DAN ACADEMIC WRITING</b>
<hr/> <i>Sertifikat Bebas Plagiasi</i> Nomor: 0267/Un.03.1/PP.00.9/01/2023	
diberikan kepada:	
Nama	: Dwi Rahmah Hidayati
Nim	: 18110026
Program Studi	: S-1 Pendidikan Agama Islam
Judul Karya Tulis	: Konten Dakwah Media Sosial Dan Implikasinya Terhadap Perilaku Beragama Kaum Millenial (Studi Kasus Mahasiswa PAI UIN Malang)
Naskah Skripsi/Tesis/Disertasi sudah memenuhi kriteria anti plagiasi yang ditetapkan oleh Pusat Penelitian dan Academic Writing, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.	
	 Malang, 26 Mei 2023 Kepala,  Benny Afwadzi

## Lampiran 9

### BIODATA MAHASISWA



Nama : Dwi Rahmah Hidayati  
NIM : 18110026  
Tempat, Tanggal Lahir : Sampit, 02 Maret 2000  
Fakultas : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Jurusan : Pendidikan Agama Islam  
Tahun Aktif : 2018-2023  
Alamat Rumah : Jalan Pangeran Antasari RT/RW 020/003 Kel. M.B.  
Hulu, Kec. M.B. Ketapang, Sampit, Kotawaringin  
Timur, Kalimantan Tengah  
Nomor HP : 085654865232  
Alamat E-mail : [dwirahmah26@gmail.com](mailto:dwirahmah26@gmail.com)  
Riwayat Pendidikan :

TK Perwanida Sampit	2005-2006
SDN 8 Mentawa Baru Hulu	2006-2012
MtsN 1 Sampit	2012-2015
MAN 1 Kotawaringin Timur	2015-2018
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	2018-sekarang