

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Hakikat Pemanfaatan

Pemanfaatan berasal dari kata “manfaat” yang mendapat tambahan pe dan tambahan an yang artinya proses atau perbuatan memanfaatkan.¹ Kata manfaat berarti guna atau faedah. Jadi, pemanfaatan adalah suatu proses dalam memanfaatkan suatu benda atau objek.

2. Media Dakwah

a. Pengertian Media

Media berasal dari kata medium yang berarti perantara. Media juga bermakna alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan dari satu orang ke orang lainnya. Media memiliki tujuan memberikan fasilitas berkomunikasi dengan jarak jauh tanpa melibatkan fisik.² Dalam bahasa Arab media disebut sebagai *wasaa'it* yang mempunyai arti perantara pengiriman pesan dari satu orang ke orang lainnya atau dari pengirim pesan kepada penerima pesan.³ Sedangkan menurut *Association of Education and Communication Technology* media

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia.....*, hal.710.

² Ludwig Suparmo, *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations*, (Jakarta: Indeks, 2011), hal. 25.

³ Cecep Kustandi dan Daddy Darmawan, *Konsep & Aplikasi Pengembangan Media Pembelajaran bagi Pendidik di Sekolah dan Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2020), hal.5.

adalah segala bentuk *channel* untuk menyampaikan suatu informasi kepada pengguna atau penerima.⁴

Pengertian media menurut beberapa ahli, diantaranya sebagai berikut :

- a. Menurut Arsyad, media adalah segala bentuk perantara yang berguna untuk menyebarluaskan ide dan gagasan atau pendapat kepada penerima yang akan dituju.
- b. Menurut Gerlach & Ely, media dalam konteks pendidikan adalah manusia, materi, ataupun kejadian yang bertujuan membuat peserta didik dapat memperoleh pengetahuan dan ketrampilan suatu ilmu.⁵

Jadi, dapat disimpulkan pengertian media adalah suatu alat atau perantara yang digunakan oleh seseorang untuk mengirim pesan dan menyebarluaskan informasi kepada seseorang atau khalayak umum baik melalui media massa atau non media massa.

Media dibagi menjadi dua, yaitu :

- 1) Non Media Massa
- 2) Media Massa
 - a) Media massa manusia; pertemuan, rapat, seminar, dan lain-lain.

⁴ Nizwardi Jalinus dan Ambiyar, *Media & Sumber Pelajaran*, (Jakarta: Kencana, 2016), hal. 3.

⁵ Chano Paramita dkk, *Kebebasan Media Mengancam Literasi Politik*, (Malang: Universitas Muhamadiyah Malang, 2020), hal. 31.

- b) Media massa benda; spanduk, buku, pamflet, poster, dan lain-lain.
- c) Media massa periodik cetak dan elektronik; visual, audio, audio visual⁶

b. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’a, yud’u, da’wan, du’a*” yang berarti mengajak, menyeru, memanggil, seruan atau permintaan. Menurut terminologi istilah dakwah adalah perilaku mendorong dan menyeru pada orang lain untuk berbuat kebajikan dan melarang kemungkaran dan untuk mengharap kebahagiaan dunia dan akhirat.⁷

Menurut Abdul Munir Mulkhan dakwah adalah tindakan dan upaya merubah suatu keadaan menjadi lebih baik dan sempurna untuk individu dan masyarakat. Menurut Syekh Ali Mahmud dakwah mendorong manusia untuk berbuat kebaikan, menyerukan kebaikan dan mencegah kemungkaran agar bahagia di dunia dan akhirat.⁸

Dengan demikian, pengertian istilah dakwah secara etimologi dan terminologi atau yang telah dikemukakan para ahli adalah usaha atau tindakan agar manusia taat terhadap ajaran

⁶ Irzum Farihah, “Media Dakwah POP”, *AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Volume 1 Nomor 2, Juli-Desember 2013, hal.28.

⁷ Aminuddin, “Media Dakwah”, *Al Munzir*, Volume 9 Nomor 2, November 2016, hal. 356.

⁸ Pardianto, “Meneguhkan Dakwah Melalui New Media”, *Jurnal Komunikasi Islam*, Volume 3 Nomor 1, Juni 2013, hal. 34.

agama (melakukan kebaikan dan menjauhi kemungkaran) guna memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dasar hukum dakwah berdasarkan firman Allah di dalam surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدْهُمْ يَأْتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”⁹

Dakwah bertujuan mewujudkan masyarakat yang mampu merealisasikan ajaran islam dengan benar dan mampu menghadapi perkembangan dan tantangan zaman. Allah SWT berfirman dalam QS.

Al-Baqarah ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu turutin langkah-langkah syetan. Sesungguhnya syetan adalah musuh yang nyata bagimu”

Menurut ayat di atas, tujuan dakwah adalah mendorong masyarakat islam untuk berserah diri kepada Allah dengan sepenuh

⁹ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah New Cordova*, (Bandung: Syamil Quran, 2012), hal. 281.

jiwa, dan berusaha mewujudkan keimanan yang utuh dan sempurna, bukan yang setengah-setengah.

Tujuan dakwah yang lain adalah untuk mempengaruhi orang lain agar berperilaku lebih baik dari yang sebelumnya dan menjauhi laranganNya serta mengikuti sunnah dari Rasulullah SAW.¹⁰

Banyak unsur yang terlibat dalam proses berdakwah, baik yang mempengaruhi secara langsung maupun menghambat proses berdakwah. Beberapa unsur penting dalam proses dakwah, diantaranya sebagai berikut :

1) Subjek Dakwah

Disebut dengan da'i. Subjek dakwah inilah yang menjadi tolak ukur keberhasilan dakwah. Subjek dakwah dapat berupa individu atau lembaga.

2) Objek Dakwah

Adalah sasaran dakwah atau keseluruhan manusia, berbagai jenis kelamin yang beragama atau belum beragama, disebut dengan mad'u.

3) Materi Dakwah

Adalah pesan atau sumber yang disampaikan kepada mad'u Materi dakwah dibagi menjadi tiga yaitu aqidah, syariah, dan akhlak.

4) Media Dakwah

¹⁰ Syamsuriah, "Peran Media dalam Berdakwah di Era Moderen", *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, Vol.17 No.1 (2020)

Adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau materi dakwah kepada *mad'u* atau objek dakwah. Media dakwah terbagi menjadi dua, yaitu media massa dan non media massa.¹¹ Penggunaan media internet untuk media dakwah merupakan cara efektif karena dapat menjangkau tanpa batas ruang dan waktu.¹²

Macam-macam media yang dapat digunakan untuk media berdakwah dikelompokkan menjadi :

1) Media Visual

Media Visual digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah yang mampu diindra dengan penglihatan.

2) Media Audio

Media Audio digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah yang mampu diindra dengan pendengaran

3) Media Audio Visual

Media Audio Visual merupakan alat untuk menyampaikan pesan dakwah yang mampu diindra dengan penglihatan dan pendengaran secara bersamaan, misalnya televisi, film, dan internet.

4) Media cetak

¹¹ Imas Mutiawati, Skripsi: “*Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*”, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018), hal. 30-32.

¹² Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 110.

Media Cetak merupakan alat untuk menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan bercetak, misalnya buku, surat kabar, dan majalah.¹³

Zaman kini kian berkembang pesat dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang menjadi pelopor sebagai munculnya media dakwah untuk seorang da'i dan mad'u. Zaman yang di mana semua orang sudah tak asing dengan kemunculan media sosial di *smartphonee*. beberapa media sosial yang mudah diakses oleh masyarakat yaitu aplikasi berbasis chatting misalnya facebook, instagram, twitter dan skype.¹⁴

c. Peran Media Dakwah

Beragam media dakwah yang telah dipaparkan di atas, memiliki peran dalam pelaksanaan jalannya kegiatan berdakwah. Namun, pada dasarnya semua mempunyai peran dan tujuan yang sama untuk menyampaikan sebuah pesan atau materi dakwah kepada objek dakwah atau *mad'u*. Beberapa peran media dakwah, antara lain :

1) Sebagai Pendidik (*muaddib*)

Berperan memberikan edukasi atau informasi berkaitan dengan materi yang didakwahkan.

2) Sebagai pelurus Informasi (*musaddid*)

¹³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013), hal. 116-124.

¹⁴ Azhfar Muhammad Robbani dan Rhafidilla Vebrynda, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah*, (Universitas Muhamadiyah Yogyakarta: Yogyakarta, 2019), hal. 3.

Ada 3 hal yang dapat diluruskan, yaitu:

- a) Informasi tentang ajaran islam
- b) Informasi tentang karya atau prestasi umat islam
- c) Informasi tentang kondisi umat islam di berbagai penjuru dunia.

3) Sebagai pembaharu (*Mujaddid*)

Menyebarkan informasi tentang pembaharuan, pemahaman, dan pengalaman ajaran islam (*reformisme* islam)

4) Sebagai pemersatu (*muwahid*)

Menjadi penyalur yang dapat mempersatukan umat islam

5) Sebagai pejuang (*mujahid*)

Menjadi pejuang pembela islam.¹⁵

3. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata instan atau insta. Instagram adalah sebuah aplikasi yang menampilkan foto-foto atau gambar instan. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata telegram, yang bekerja untuk mengirimkan sebuah pesan atau informasi untuk orang lain atau khalayak secara cepat. Oleh karena itu, instagram berasal dari kata instan dan telegram.¹⁶

¹⁵ ILKOMUNIDA, *Peran Media Dakwah*, (Ponorogo: Universitas Darussalam Gontor, 2019), dalam <http://ilkom.unida.gontor.ac.id/5-peran-media-dakwah/>, diakses pada 9 Desember 2020 pukul 08.51.

¹⁶ Putri Eryta Ayu, Skripsi: “*Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran OnlineShop*”, (Surabaya: UPN Veteran, 2013), hal. 14.

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang menampilkan dan menyampaikan pesan atau informasi berupa gambar foto atau tulisan dengan cepat dan dapat diakses oleh orang lain atau khalayak.¹⁷ Instagram memberikan kemudahan untuk penggunaanya dengan membagikan foto-foto, gambar, maupun video secara *online* dan juga memfasilitasi penggunaanya untuk mengambil ataupun membagikannya kepada orang lain atau teman mereka.¹⁸

Jadi, dapat disimpulkan instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang berguna untuk menyampaikan sebuah pesan atau informasi dengan tampilan gambar foto atau video kepada khalayak dan juga memudahkan penggunaanya untuk membagikan foto atau video ke pengguna lainnya.

b. Sejarah Instagram

Aplikasi instagram dikembangkan pertama kali oleh Kevin Systrom dan Brasil Michel “Mike” Krieger di San Fransisco. Saat itu mereka fokus membuat aplikasi multi-fitur “HTML 5 check-in” di proyek Burbn untuk fotografi mobile. Kemudian mulai mengembangkan instagram pada bagian foto, komentar dan juga

¹⁷ Rama Kertamukti, “Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)”. *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol. 08 No. 01 (April 2015), hal. 58.

¹⁸ Dian Budiargo, *Berkomunikasi ala Net Generation*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo KompasGramedia, 2015), hal.48.

kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya menjadi cikal bakal munculnya media sosial instagram.¹⁹

a. Fitur-Fitur dalam Instagram

1) Kamera

Pengguna instagram dapat langsung memotret atau merekam foto atau video dari aplikasi kemudian mengedit dan memberi *caption* dan membagikannya.

2) Editor

Pengguna instagram dapat mengedit foto yang akan dibagikannya dan telah tersedia 10 *tools* editor untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi Instagram versi terbaru tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tetapi sudah mendukung pilihan *potrait* dan juga *landscape*.

3) *Tag* dan *Hastag*

Fungsi fitur ini dalah untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

4) *Caption*

Fungsi fitur ini Pengguna instagram dapat menambahkan beberapa kata atau kalimat mengenai foTo yang akan dibagikan.

¹⁹ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, hal. 10.

5) Integrasi ke media sosial

Pada fitur ini, pengguna instagram dapat berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr. Bila fitur ini diaktifkan maka secara otomatis foto atau video yang diunggah juga akan dibagikan ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

6) *InstaStory*

Fitur ini berformat snapchat dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 15 detik.

7) *Ecplore*

Pada fitur ini, akan menampilkan konten yang dilihat following atau follower pengguna. Aplikasi instagram juga berfungsi sebagai penyebaran informasi. Informasi yang diperoleh pun bisa langsung dilihat dari video yang di share oleh pengguna akun maupun foto yang dilengkapi dengan caption ataupun keterangan.²⁰

Banyak sekali aktifitas yang dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi instagram, diantaranya sebagai berikut :

²⁰ Riska Indah Cahyani, Skripsi: “*Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar TV dalam Penyebaran Dakwah*”, (Lampung:UIN Raden Intan, 2018)

- 1) *Follow* : Mem-follow artinya seorang pengguna instagram mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang dianggap menarik untuk diikuti.
- 2) *Like* : Jika ingin menyukai foto seseorang dapat memberikan *like*.
- 3) *Comment* : Pengguna instagram bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.
- 4) *Mentions* : Fitur ini memungkinkan seorang pengguna instagram untuk memanggil pengguna lain. Cara nya adalah dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut.
- 5) *Message* : Fitur yang digunakan mengirim pesan secara pribadi yang berupa foto, video maupun tulisan yang dikirim oleh sesama pengguna instagram.²¹

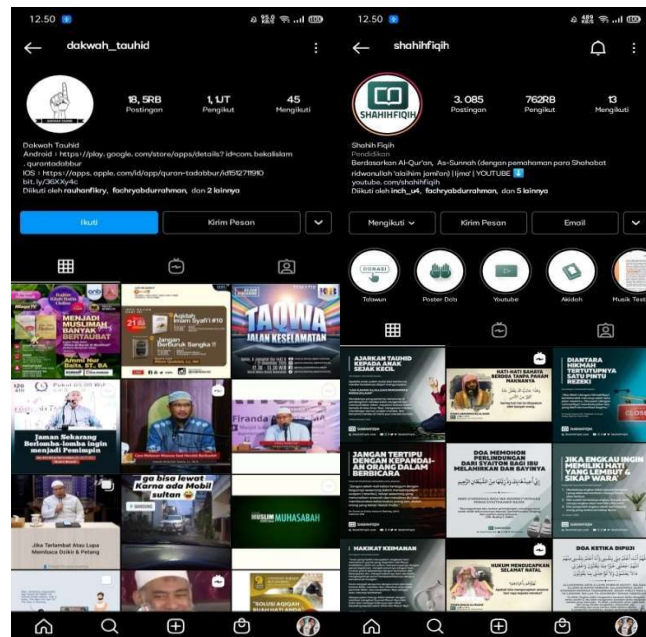
b. Langkah-langkah Membuat Akun di Instagram

Langkah-langkah membuat Instagram di android sebagai berikut :

1. Langkah pertama kali yang dilakukan ketika membuat akun instagram adalah mengunduh aplikasi instagram melalui playstore (penggunan android) dan apsstore (pengguna Apple). Setelah unduhan selesai, instal instagram di ponsel.

²¹ *Ibid*

2. Jalankan aplikasi instagram kemudian tekan tombol Sign Up untuk melakukan registrasi.
3. Kemudian isi data-data yang ada di dalam kolom yaitu email, nama pengguna dan kata sandi.
4. Selanjutnya atur gambar profil, yaitu dengan mengambil dari gambar yang sudah ada di galeri ponsel atau dengan mengambil langsung menggunakan kamera ponsel.
5. Tekan tombol sign up untuk mendaftar
6. Instagram telah berhasil melakukan registrasi dan siap untuk digunakan.

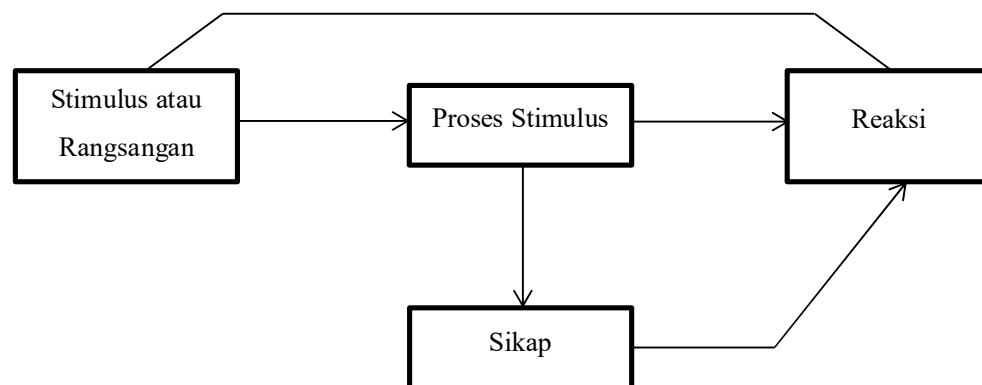


Gambar 2.1 Akun Dakwah pada Instagram

4. Sikap Religius

Menurut kamus Chaplin, sikap adalah kecenderungan yang berlangsung secara terus menerus dalam bertindak laku atau saat melakukan interaksi dengan orang lain, objek atau suatu lembaga tertentu. Menurut M. Ngalim Purwanto, sikap merupakan suatu cara bereaksi terhadap rangsangan. Sikap merupakan kecenderungan yang relatif menetap yang bereaksi dengan cara baik atau buruk terhadap orang atau barang tertentu.²²

Dengan demikian, dapat disimpulkan sikap merupakan reaksi perasaan seseorang terhadap suatu obyek. Sikap berkaitan dengan perilaku, sikap merupakan predisposisi untuk berbuat atau berperilaku.



Gambar 2.2 Proses Terbentuknya Sikap

Sedangkan kata religius berasal dari bahasa asing *religion* yang berarti agama. Menurut Jalaluddin, Agama berarti percaya kepada Tuhan atau kekuatan super human atau kekuatan yang di atas dan di sembah sebagai pencipta dan pemelihara alam semesta, Ekspresi dari

²² Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan*,... , hal.118.

kepercayaan di atas berupa amal ibadah, dan suatu keadaan jiwa atau cara hidup yang mencerminkan kecintaan atau kepercayaan terhadap Tuhan, kehendak, sikap dan perilakunya sesuai dengan aturan Tuhan seperti tampak dalam kehidupan kebiasaan.²³

Dari uraian di atas dapat disimpulkan sikap religius adalah keadaan dimana seseorang melakukan setiap aktivitasnya selalu berkaitan dengan agamanya. Sikap religius adalah merasakan dan mengakui adanya kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia dengan cara melaksanakan semua perintah Tuhan sesuai dengan kemampuan dan meninggalkan seluruh larangan-Nya.

Glok dan Stark dalam Lies Arifah membagi aspek religius dalam lima dimensi sebagai berikut :

- 1) *Religious belief* (aspek keyakinan), yaitu adanya keyakinan terhadap Tuhan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia gaib
- 2) *Religious practive* (aspek peribadatan), yaitu berkaitan tingkah keterikatan yang meliputi frekuensi dan intensitas sejumlah perilaku
- 3) *Religious felling* (aspek penghayatan ,yaitu gambaran bentuk perasaan yang dirasakan dalam beragama

²³ Jalaludin, *Psikologi Agama Memahami Perilaku Keagamaan dengan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2016), hal.25.

- 4) *Religious knowledge* (aspek pengetahuan), yaitu aspek yang berkaitan dengan pemahaman dan pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya
- 5) *Religious effect* (aspek pengalaman), yaitu penerapan apa yang telah diketahuinya dari ajaran-ajaran agama yang dianutnya²⁴

Sikap religius sangat penting dimiliki oleh setiap orang. Islam juga mengajak manusia untuk bersikap religius, sebagaimana firman Allah SWT yang tertuang dalam ayat Al-Qur'an Surat Asy-Syamsy ayat 7-10:

وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ﴿٧﴾ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا ﴿٨﴾ قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا ﴿٩﴾
وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا ﴿١٠﴾

Artinya : “Dan jiwa serta penyempurnaannya (ciptaannya). Maka Allah mengilhamkan kepada jiwa itu (jalan) kefasikan dan ketakwaannya. Sesungguhnya beruntunglah orang yang mensucikan jiwa itu. Dan Sesungguhnya merugilah orang yang mengotorinya”. (QS. Asy-Syamsy 91:7-10)²⁵

Beberapa tolak ukur yang dijadikan untuk mengetahui sikap religius seseorang dapat dilihat melalui :

- 1) Taat terhadap perintah Allah dan menjauhi segala larangan Allah.

²⁴ Nindiya Eka Safitri dan Andicha Dian Saputra, *Strategi Pengembangan Karakter Religius Siswa Melalui Ruang Toleransi Beribadah*, Artikel Nasional PPKn III, 2017, hal. 5-6.

²⁵ Syaamil Al-Quran Surat Asy-Syamsy ayat 7 – 10, hal. 595.

- 2) Semangat dalam mempelajari ajaran agama.
- 3) Aktif dalam kegiatan agama.
- 4) Membaca dan mengamalkan kitab suci.
- 5) Mempergunakan pendekatan agama dalam menentukan pilihan.
- 6) Ajaran agama dijadikan sebagai sumber pengembangan ide²⁶

Menurut Gay Hendrick dan Kate Ludeman terdapat beberapa sikap religius yang tampak dalam diri seseorang dalam menjalankan tugasnya, diantaranya :

- a) Kejujuran, adalah kesamaan antara apa yang dikatakan dan yang dilakukan
- b) Keadilan, merupakan sikap seimbang antara satu dengan yang lainnya.
- c) Disiplin tinggi, tumbuh dari semangat yang tumbuh dari dalam diri bukan keterpaksaan.
- d) Rendah hati, merupakan sikap yang mau menerima pendapat orang lain dan tidak menyombongkan diri sendiri²⁷
- e) Toleransi, toleransi berarti bersifat atau bersikap menghargai, membiarkan, memperbolehkan pendapat atau kepercayaan yang berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri²⁸

²⁶ Muhammad Alim, *Pendidikan Agama Islam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal 12

²⁷ Ary Ginanjar Agustin, *Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ power : Sebuah Inner Journey Melalui Ihsan*, (Jakarta : ARGA, 2018), hal.249

²⁸ Khotimah, "Toleransi Beragama". *Jurnal Ushuluddin*, Vol.XX No.2, Juli 2013.

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Devianti Anggraeni, “Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Pemahaman dan Sikap Keagamaan Generasi Milenial (Analisis Mahasiswa/Mahasiswi Malaysia UIN Sunan Gunung Djati), Tahun 2019

Dalam penelitiannya, Devianti menggunakan pendekatan personal untuk mengetahui pengalaman keagamaan pada anggota komunitas Mahmub. Teknik pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instagram memiliki fungsi edukatif, menyajikan postingan ilmu agama berupa gambar dan video. Hal ini membuktikan bahwa instagram dapat dijadikan dan dimanfaatkan untuk proses edukatif atau berdakwah²⁹

2. Penelitian oleh 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)”, tahun 2018.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui kegiatan penelitian langsung ke lokasi penelitian dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek penelitian pada

²⁹ Devianti Anggraeni, Skripsi: “*Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Pemahaman dan Sikap Keagamaan Generasi Milenial*”, Bandung: Universitas Islam Negeri Gunung Djati Bandung, 2019), hal. 66-73

penelitian ini adalah : variabel bebas atau *independent* yaitu Media Sosial (X) dan variabel terikat atau *dependent* yaitu Perilaku Keagamaan (Y), sedangkan subjek penelitiannya adalah 7 Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Indikator yang terdapat dalam variabel Media Sosial (X) Intensitas Penggunaan media sosial, sedangkan indikator yang terdapat pada variabel Perilaku Keagamaan (Y) yaitu: Disiplin Menjalankan Perintah Shalat, Sikap dan Tata Krama, dan Cara berpenampilan.³⁰

3. Penelitian oleh Febrian Ramadhan, “Fenomena Media internet, Media Sosial, dan Perilaku Kegamaan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2014 di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta”, tahun 2018

Penelitian ini menggunakan metoda kualitatif. jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Objek penelitiannya adalah mahasiswa-mahasiswi. Teknik penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif, yaitu reduksi data penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa media internet, sosial dapat meningkatkan perilaku keagamaan,

³⁰ Alfin Khosyatillah, Skripsi: “*Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa Jurusan Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)*”, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), hal. 69-73.

sosialisasi dengan lingkungan sekitar, dan memiliki perilaku yang baik³¹

4. Penelitian oleh Muhammad Rendy Romadhon, “Pengaruh Akun Dakwah SHIFT di Instagram terhadap Perilaku Religius Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya”, tahun 2019

Pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan survey dan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan antara lain observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis datanya menggunakan editing, coding dan tabulasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara akun dakwah shift terhadap perilaku religius mahasiswa sebesar 85,5%.³²

5. Ratna Windari (2020) IAIN Purwokerto. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap sikap keislaman Mahasiswa PAI”

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis yang digunakan peneliti yaitu teknik analisis statistik inferensial Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa.³³

³¹ Febrian Ramadhan, Skripsi: “Fenomena Media internet, Media Sosial, dan Perilaku Kegamaan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2014 di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta”, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), hal. 41-57

³² Muhammad Rendy Romadhon, Skripsi: “Pengaruh Akun Dakwah SHIFT di Instagram terhadap Perilaku Religius Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya” (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)

³³ Ratna Windari, Skripsi: “Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap sikap keislaman Mahasiswa PAI” (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020)

6. Penelitian oleh M.Ridwan, Dkk, “ Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa”, tahun 2019

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan penyebaran angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji hipotesis dan uji koefisien regresi linear sederhana yang kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS 16 for windows. Hasil olahan statistik menunjukkan bahwa kegiatan dakwah di instagram sangat mempengaruhi perilaku keagamaan mahasiswa.³⁴

Ada beberapa penelitian yang mengupas tentang media sosial dan sikap religius dengan disajikan pada tabel dibawah ini yaitu:

Nama, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Devianti Anggraeni, “Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Pemahaman dan Sikap Keagamaan Generasi Milenial (Analisis Mahasiswa/Mahasiswi Malaysia UIN Sunan Gunung Djati), Tahun 2019	Terdapat persamaan membahas media sosial instagram	Terdapat perbedaan pada penelitian ini selain membahas sikap keagamaan juga membahas pembentukan pemahaman keagamaan	Instagram memiliki fungsi edukatif, karena mereka mulai memanfaatkan penggunaan instagram melalui fitur-fitur yang disajikan sebagai media pembelajaran mengenai ilmu agama, berupa postingan gambar, video beserta caption, yang menjelaskan maksud dan tujuan kepada pengguna instagram dalam berbagi informasi termasuk informasi

³⁴ M.Ridwan, Dkk, “Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa”, *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, Vol.15 No. 2, 2019.

			tentang keislaman. Hal ini menjadikan media sosial instagram tidak hanya sebagai eksistensi diri tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk berdakwah.
Alfin Khosyatillah, "Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)", 2018)	-Terdapat persamaan membahas perilaku keagamaan -Terdapat persamaan subjek penelitian yaitu Mahasiswa	Terdapat perbedaan pada penelitian Alfin Khosyatillah membahas dampak media sosial.	Perilaku memiliki 3 bentuk operasioanl yaitu pengetahuan, sikap, serta tindakan dari bagaimana perilaku yang ditimbulkan akibat penggunaan media sosial yang memiliki dampak positif bagi yang bisa memanfaatkan dengan baik akan tetapi sebaliknya akan berdampak negatif jika seorang yang menggunakannya dengan hal-hal yang sia-sia tidak berguna.
Febrian Ramadhan, "Fenomena Media internet, Media Sosial, dan Perilaku Kegamaan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2014 di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta", 2018	Terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu membahas perilaku keagamaan mahasiswa	Terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu membahas fenomena media internet dan media sosial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena media internet, Media Sosial, dan Perilaku Kegamaan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2014 di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dapat meningkatkan perilaku keagamaan, bersosialisasi terhadap lingkungan sekitar, dan membentuk

Muhammad Rendy Romadhon, “Pengaruh Akun Dakwah SHIFT di Instagram terhadap Perilaku Religius Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya”, 2019	Terdapat persamaan membahas akun dakwah instagram dan perilaku religius mahasiswa	Terdapat perbedaan pada penelitian Muhammad Rendi lebih menekankan pada akun dakwah “shift”	perilaku yang baik. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang baik antara akun instagram shift terhadap perilaku religius Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya sebanyak 85%
Ratna Windari, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap keislaman Mahasiswa PAI”, 2020)	Persamaan nya membahas sikap keislaman Mahasiswa PAI	Perbedaan membahas Pengaruh Penggunaan Media Sosial tidak spesifik akun dakwah	Media sosial berpengaruh dalam membentuk pola pikir mahasiswa, menentukan dan mengembangkan pemahaman terhadap informasi keislaman yang mereka terima. Mahasiswa yang memiliki kepribadian baik dan tangguh dapat menentukan pandangan dan pemahaman mereka terhadap informasi yang diterima, khususnya informasi keislaman.
M.Ridwan, Dkk, “Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa”, 2019	Persamaannya membahas instagram dan perilaku keagamaan mahasiswa	Perbedaan nya membahas pengaruh dakwah	Hasil dalam penelitian ini dakwah di istagram mampu mempengaruhi perilaku keagamaan mahasiswa.

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tabel di atas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dan penelitian terdahulu, sebagai berikut :

1. Persamaan dan perbedaan dengan penelitian Devianti Anggraeni, “Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Pemahaman dan Sikap Keagamaan Generasi Milenial (Analisis Mahasiswa/Mahasiswi Malaysia UIN Sunan Gunung Djati), Tahun 2019 : persamaanya adalah sama-sama membahas media sosial instagram, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini selain membahas sikap keagamaan juga membahas pembentukan pemahaman keagamaan
2. Persamaan dan perbedaan dengan penelitian Alfin Khosyatillah, “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan (Studi Kasus 7 Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)”, 2018 : persamaannya Terdapat persamaan membahas perilaku keagamaan, sedangkan perbedaanya pada penelitian Alfin Khosyatillah membahas dampak media sosial.
3. Persamaan dan perbedaan dengan penelitian Febrian Ramadhan, “Fenomena Media internet, Media Sosial, dan Perilaku Kegamaan Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2014 di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta”, 2018 : persamaannya adalah sama-sama membahas perilaku keagamaan mahasiswa, sedangkan perbedaannya pada penelitian ini membahas fenomena media internet dan media sosial.
4. Persamaan dan perbedaan dengan penelitian Muhammad Rendy Romadhon, “Pengaruh Akun Dakwah SHIFT di Instagram terhadap Perilaku Religius Mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya”, 2019 : persamaannya adalah sama-sama membahas akun dakwah instagram dan perilaku religius

mahasiswa, sedangkan perbedaannya pada penelitian Muhammad Rendi lebih menekankan pada akun dakwah “shift”

5. Persamaan dan perbedaan dengan penelitian Ratna Windari, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap keislaman Mahasiswa PAI” , 2020) : persamaannya adalah sama-sama membahas sikap keislaman Mahasiswa PAI, sedangkan perbedaannya pada penelitian Ratna Windari membahas Pengaruh Penggunaan Media Sosial tidak spesifik akun dakwah
6. Persamaan dan perbedaan dengan M.Ridwan, Dkk, “ Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa”, 2019 : persamaannya adalah sama-sama membahas instagram dan perilaku keagamaan mahasiswa, sedangkan perbedaannya pada penelitian M. Ridwan Dkk membahas pengaruh dakwah

C. Paradigma Penelitian

Media dakwah memiliki peran, diantaranya sebagai pendidik, sebagai pelurus informasi, sebagai pembaharu, sebagai pemersatu, dan sebagai pejuang. Diantara berbagai peran media dakwah tersebut, khususnya media sosial instagram, berperan dalam membentuk sikap religius mahasiswa PAI di IAIN Tulungagung, contohnya sikap kejujuran, sikap toleransi, dan sikap rendah hati.

Berdasarkan Judul penelitian “Peran Media Dakwah pada Akun Instagram dalam membentuk sikap religius Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) di IAIN Tulungagung” peneliti menjelaskan kerangka berpikir penelitian melalui bagan sebagai berikut :

