

SKRIPSI

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA ORGANISASI
FOKUSGAMPI DALAM SYIAR DAKWAH**

Diajukan Oleh:

MUHAMMAD AFDHAL FAHLEVI

NIM. 200403052



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
KEMENTERIAN REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM
BANDA ACEH
2025 M/1446SKRIPSI**

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA ORGANISASI
FOKUSGAMPI DALAM SYIAR DAKWAH**

Diajukan Oleh:

MUHAMMAD AFDHAL FAHLEVI

NIM. 200403052



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
KEMENTERIAN REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM
BANDA ACEH
2025 M/1446**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Darussalam
Banda Aceh sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 dalam
Ilmu Dakwah Jurusan Manajemen Dakwah



Pembimbing I

Dr. Abizal Muhammad Yati, L.C., M.A
NIP. 198201202023211011

Pembimbing II

Arif Ramdan Sulaeman, S.Sos., M.A
NIP. 198007312023211006

Skripsi

**Telah Dinilai Oleh Dewan Penguji Sidang Munaqasyah KKU Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry**

Dinyatakan Lulus Serta Memperoleh Gelar

Sarjana S-1 Ilmu Dakwah

Prodi Manajemen Dakwah

Diajukan Oleh:

M. AFDAL FAHLEVI

NIM. 200403052

**Pada Hari/Tanggal:
Jumat, 30 Juni 2025**

**di
Darussalam – Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Munaqasyah,**

Ketua

Sekretaris

**Dr. Abizal Muhammad Yati, L.C., M.A
NIDN. 198201202023211011**

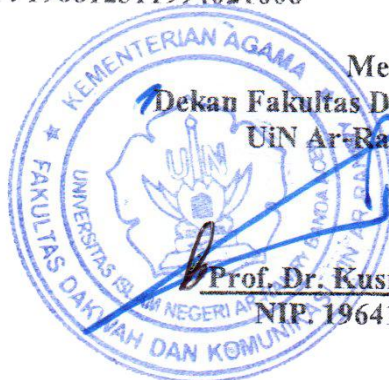
**Arif Ramdan Sulaeman, S.Sos., M.A
NIP. 198007312023211006**

Penguji I

Penguji II

**Dr. Jauhari, M.Si
NIP. 196612311994021006**

**Rahmatul Akbar, S.Sos.I., M.Ag
NIP. 199010042020121015**



Mengetahui,

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

**Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd
NIP. 196412201984122001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Muhammad Afdal Fahlevi

NIM : 200403052

Jenjang : S-1

Jurusan : Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.



Banda Aceh, 20 April 2025
Yang Menyatakan,

Muhammad Afdhal Fahlevi

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Peran Media Sosial Instagram Pada Organisasi Fokusgampi Dalam Syiar Dakwah”**. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah mengubah paradigma komunikasi di masyarakat. Media sosial telah menjadi salah satu sarana utama bagi individu dan organisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan menyebarkan pesan, termasuk pesan dakwah. Peran media sosial dalam organisasi sangat signifikan, terutama dalam era digital saat ini. Media sosial memungkinkan komunikasi yang cepat dan efisien antara anggota organisasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan mewawancarai Ketua, Sekretaris, Ketua Divisi Keagamaan Dan PHBI, anggota Divisi Keagamaan dan PHBI dan Followers media sosial FOKUSGAMPI. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Media Sosial Instagram menjadikan penyebaran dakwah yang lebih interaktif. Pesan-pesan dakwah dapat dikemas secara menarik melalui infografis, video pendek, maupun teks yang ringkas dan mudah dipahami. Hal ini memudahkan audiens untuk mencerna pesan yang disampaikan dan terlibat lebih aktif dalam diskusi atau interaksi online. Instagram sebagai platform media sosial berbasis visual telah menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan dakwah, terutama di era digital yang semakin berkembang. Instagram adalah platform yang sangat efektif sebagai alat dakwah karena kemampuannya menjangkau audiens luas dengan konten visual yang menarik, interaksi langsung dengan pengguna, serta fleksibilitas dalam penyajian konten. Dakwah melalui Instagram dapat menjadi sangat efektif jika strategi yang tepat diterapkan. Kunci keberhasilan dakwah di Instagram melibatkan kombinasi antara konten visual yang menarik, interaksi yang aktif dengan audiens, konsistensi dalam posting, serta pemanfaatan fitur-fitur kreatif yang disediakan oleh platform.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Organisasi, Syiar Dakwah

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Peran Media Sosial Instagram Pada Organisasi Fokusgampi Dalam Syiar Dakwah”**. Shalawat beriring salam tidak lupa tucurahkan kepada junjungan alam Baginda Rasulullah SAW yang telah menghantarkan umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk menyelesaikan tugas akhir dan mencapai derajat Strata 1 Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Penulis menyadari adanya keterbatasan di dalam penyusunan tugas akhir ini. Besar harapan penulis akan saran dan kritik yang bersifat membangun. Penulis juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT. yang telah memberi saya kehidupan dan kesempatan sehingga saya dapat merasakan nikmatnya bangku perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ayah tercinta Helmi, dan Ibu tersayang Wahyuni yang telah mendampingi saya dan mendukung saya dan terus berdoa tanpa henti untuk si buah hati yang sangat dicintai dan disayangi, sehingga penulisan hingga sampai ke tahap akhir penyelesaian program S-1 ini.
3. Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M. Pd, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si, Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Fairuz, S.Ag., M.A, Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Dr. Sabirin, S.Sos.I., M.Si, Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

7. Dr. Sakdiah M.Ag, Ketua Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Khairul Habibi, S.Sos.I., M.Ag, Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
9. Dr. Abizal Muhammad Yati, L.C., M.A, pembimbing I. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta motivasi yang telah diberikan demi kesempurnaan skripsi ini.
10. Arif Randan Sulaeman, S.Sos., M.A, pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta motivasi yang telah diberikan demi kesempurnaan skripsi ini.
11. Penasehat Akademik (PA) Raihan, S.Sos.I., M.A, serta seluruh dosen-dosen dan para staf yang mengajar pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
12. Terimakasih kepada Ketua, Sekretaris, Ketua Divisi Keagamaan Dan PHBI, anggota Divisi Keagamaan dan PHBI dan Followers media sosial FOKUSGAMPI Banda Aceh, yang telah banyak membantu peneliti dalam mendapatkan data, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
13. Sri mulyani selaku bunda penulis yang sudah membantu dan memberikan dukungan penuh kepada penulis.
14. M. Rafail Fahlevi, M. Faris Fahlevi, dan Aijas Parsa Muzakki, saudara kandung penulis, terima kasih adik telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi tiada henti kepada penulis.
15. Bang Riskal, Bang Tasya, Bang Sutan, Bang Ejok, Oom, Alwi, Fadil, sebagai rekan kerja dikala penulis butuh uang jajan yang telah memberi banyak motivasi dan dukungan yang luar biasa tanpa henti kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
16. Haikal, Daffa, Ajam, Fajar, Aulia, Azka, Abdillah, Rifki Akbar, Khalis, Syarif Mahpud, Mufti, Haikal Ucel, Aqil Munif, Mukhtisar, Hifni, Abul, Alwi, Rijal, Farhan, Jana, Razul, dan Agung yang telah memberi banyak motivasi dan dukungan yang luar biasa tanpa henti kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
17. Serta terima kasih pula pada teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Dakwah yang telah banyak menyumbangkan pikiran, dukungan, saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan masyarakat pada umumnya.

Banda Aceh, 20 Juni 2025
Yang Menyatakan,

Muhammad Afdhal Fahlevi



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Penjelasan Konsep Penelitian	11
1. Pengertian Peran	11
2. Media Sosial	12
3. Pengertian Instagram	12
4. Pengertian Fokusgampi	13
5. Syiar Dakwah.....	13
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 10
A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan.....	10
B. Teori yang Berkenaan dengan Masalah yang Diteliti.....	16
1. Pengertian Media Sosial	16
2. Media Sosial Instagram	19
3. Pengertian Syiar Dakwah	20
4. Tujuan Dakwah.....	25
5. Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah	28
6. Studi Kasus Penggunaan Instagram dalam Dakwah	32
7. Strategi Dakwah melalui Instagram.....	34
8. Tantangan dan Peluang Dakwah FOKUSGAMPI melalui Instagram	37

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	41
B. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	44
D. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Profil Singkat FOKUSAMPI.....	50
4.2. Sejarah FOKUSGAMPI	55
4.3. Peran Media Sosial Instagram FOKUSGAMPI Dalam Penyiaran Dakwah.....	57
4.4. Faktor Pendukung Dan Penghambat Penyiaran Dakwah Dalam Organisasi FOKUSGAMPI Melalui Media Sosial Instagram.....	60
4.5. Strategi Mengatasi Hambatan Dalam Penyiaran Dakwah Dalam Organisasi FOKUSGAMPI Melalui Media Sosial Instagram.....	64
BAB V KESIMPULAN.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	13
Tabel 3.1 Informan Wawancara.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo FOKUSGAMPI	51
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keputusan Bimbingan Skripsi

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian

Lampiran 3: Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 4: Instrumen Pernyataan Penelitian

Lampiran 5: Bukti Plagiasi

Lampiran 6: Dokumentasi

Lampiran 7: Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah mengubah paradigma komunikasi di masyarakat. Media sosial telah menjadi salah satu sarana utama bagi individu dan organisasi untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan menyebarkan pesan, termasuk pesan dakwah. Peran media sosial dalam organisasi sangat signifikan, terutama dalam era digital saat ini. Media sosial memungkinkan komunikasi yang cepat dan efisien antara anggota organisasi. Media sosial berperan besar dalam membangun citra dan reputasi organisasi. Dengan kehadiran media sosial, organisasi dapat memperluas jangkauan mereka, mempromosikan produk atau layanan dan bahkan dalam penyebaran dakwah-dakwah, serta mengelola reputasi melalui interaksi langsung dengan audiens.

Dengan platform yang interaktif, media sosial dapat digunakan untuk berbagi visi, nilai, dan pencapaian organisasi, yang memperkuat rasa keterhubungan di antara karyawan. Teknologi dan media menjadi sarana penting dalam menyebarluaskan maklumat dan mendidik masyarakat tentang isu-isu yang berkaitan sama ada daripada aspek ekonomi, politik dan agama. Penggunaan media secara berterusan dapat memberi kesan kepada masyarakat, sama ada kesan yang positif maupun negatif.¹ Media mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan seharian masyarakat, bahkan masyarakat modern pada hari ini hampir

¹ Omar, F. I., Rosli, H. F., & Zakaria, N. A. (2015). *Hubungan Penggunaan Media Sosial Dan Penerimaan Mesej Dakwah*. Proceeding Of The 2nd Internasional Conference On Management And Muamalah, hal. 181-191.

tidak mungkin terlepas daripada paparan media.²

Boleh dikatakan setiap rumah daripada berbagai lapisan masyarakat pada hari ini dilengkapi dengan kemudahan audio-video seperti radio, televisi, vcd/dvd dan komputer. Kini internet telah menjadi salah satu sumber penting untuk mendapatkan maklumat dan jumlah penggunaanya juga semakin meningkat. Menurut Sumolang internet merupakan sebagian keperluan masyarakat saat ini yang membolehkan masyarakat menyampaikan informasi. Internet juga dapat menghimpun sumber daya dan informasi sehingga mampu menjangkau dunia. Justru, corak dakwah juga perlu melalui perubahan seiring dengan kemoderenan dan kecanggihan saat ini.³

Media juga merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam membangun dan mengalami pembaruan dalam setiap saat. Media menjadi satu elemen penting dalam sistem komunikasi serta mempunyai pengaruh yang signifikan dalam pembentukan kehidupan masyarakat pada saat ini. Media juga dianggap sebagai satu mekanisme perhubungan yang kuat karena media mampu memberi dampak yang sangat besar dalam aspek kehidupan manusia.⁴ Kemudahan berbagai komunikasi yang ditawarkan seperti media sosial semakin menjadi alat komunikasi sosial kepada masyarakat. Bahkan media sosial semakin menjadi satu

² Watie, E. D. (2011). *Komunikasi Dan Media Sosial*. The Messenger Journal, h. 69-75.

³ Sumolang, M. (2013). *Peranan Internet Terhadap Generasi Muda Di Desa Tounalet*. Journal Media Publications, h. 12-19.

⁴ Umar, H., & Samsuddin, R. A. (2018). *Penglibatan Digital: Akses Dan Penggunaan E-Agama Dalam Kalangan Generasi Muda Muslim*. Jurnal Komunikasi, hal. 121-135.

bentuk interaksi sosial yang standar dalam kalangan pengguna.

Media merupakan faktor penting dalam proses komunikasi saat ini dan media juga menjadi perantara komunikasi Islam sebagai saluran bagi menyampaikan idea, informasi, pesan dan dakwah. Media dan komunikasi saling berkaitan dalam usaha menyampaikan sesuatu gambaran dan informasi. Media sosial bukan hanya dilihat sebagai medan penyebaran informasi dan komunikasi semata-mata, tetapi berperan sebagai sumber hiburan dan perantara penyebaran informasi serta sumber berbagai kegiatan.⁵ Media sosial juga dilihat sebagai tempat penyebaran pengetahuan dan informasi atas talian dalam berbagai kumpulan yang menggairahkan kemampuan dalam berkomunikasi.

Sesuai dengan pandangan Muis yang mengatakan bahawa terjadinya sindrom globalisasi menjelang pada abad ke-21 yang dapat dilihat dengan kecanggihan teknologi yang di susuli dengan penggunaan internet. Manakala media sosial merupakan perantara lanjutan dari arus globalisasi yang mampu menghubungkan seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia. Masyarakat Islam pada saat ini menggunakan internet sebagai alat mencari informasi yang berkaitan dengan isu-isu agama Islam. Selain itu, internet juga dijadikan tempat mempelajari lebih banyak ilmu yang berkaitan dengan Islam dan sebagai sumber anjuran keagamaan.⁶

Motif penggunaan media sosial seperti Instagram adalah untuk mendapatkan informasi yang terkini dan juga bertujuan berdakwah. Mengenai generasi muda

⁵ Muis, A. (2019). *Komunikasi Islami*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 23-27.

⁶ Liza, S., & Saodah, W. (2018). *Religious Motive For Using Facebook Among University Muslim Student*. *Kebangsaan Media dan Dakwah*, hal. 1-9.

pada saat ini menggunakan blog sebagai media untuk menyampaikan dakwah. Media sosial merupakan tempat yang tepat sebagai sarana dalam penyebaran dakwah Islam dan kemampuan awal dalam menghadapi *Ghozul Fikr* yaitu perang pemikiran yang disebar oleh golongan anti-Islam. Oleh karena itu masyarakat Islam seharusnya memanfaatkan kemudahan teknologi komunikasi hari ini sebagai alternatif baru untuk berdakwah.⁷

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“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.”(Ali Imran:104)

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah SWT. menuntut supaya pendakwah mengajak ke arah kebaikan dengan menggunakan pendekatan yang bertujuan mengikuti sesuai seseorang individu. Ardi menyatakan bahwa kaedah dakwah yang dituntut haruslah mengikut keperluan zaman dan sesuai dengan kemampuan masyarakat. Media merupakan alat komunikasi dan sebaran masa kini sebagai penyampai yang paling sesuai untuk mencapai sesuatu tujuan dan menepati ciri-ciri

⁷ Aminuddin. (2018). *Facebook Sebagai Media Dakwah*. Jurnal IAIN Kendari, hal. 23-29.

yang diperlukan.⁸

Sebagaimana media banyak membantu dalam berkomunikasi antara masyarakat dan sebaran informasi, media juga banyak membantu gerakan dakwah dalam suatu organisasi maupun individu dalam memperjuangkan amanah Allah SWT. di muka bumi ini. Sebagaimana hadist yang telah diriwayatkan oleh Abdullah bin Umar yang berkaitan dengan kewajiban untuk berdakwah:

“Dari ‘Abdullah bin Umar r.a. berkata, bahawasanya Nabi Muhammad SAW. bersabda: Sampaikanlah dariku walaupun sepotong ayat. dan ceritakanlah dari Bani Isra’il dan itu tidak apa-apa, dan barangsiapa yang berdusta atas namaku maka bersiap siaplah menempati tempatnya di neraka. (HR. Bukhari).”

Hadist ini jelas menunjukkan bahwa perintah dari Nabi Muhammad SAW. untuk berdakwah dan saling mengingatkan dalam hal amal ma’ruf dan nahi mungkar. Pada dasarnya fungsi teknologi informasi pada dunia maya adalah keikutsertaan massa secara langsung dalam melakukan proses komunikasi. Jadi, model komunikasi yang dibentuk oleh dunia maya adalah komunikasi massa yang melibatkan banyak manusia dalam prosesnya. Jika dianalogikan, komunikasi menjadi bahan sedangkan dunia maya menjadi wadah atau media. Hal ini akan menjadi pasangan yang cocok dalam penyebaran dakwah melalui teknologi informasi. Efektivitas waktu menjadi salah satu kelebihan teknologi informasi. Hal tersebut disebabkan oleh kecanggihan teknologi informasi yang telah berhasil

⁸ Ardi, D. (2015). *Psikologi Dakwah*. Bandung: Mimbar Pustaka. hal. 17.

menghapus ruang geografis dalam kehidupan manusia hingga keberadaannya terasa sangat penting untuk kehidupan manusia dan telah menjadi kebutuhan vital bagi kehidupan masyarakat kontemporer.

Keadaan ini justru harus menjadi peluang yang begitu luar biasa bagi para ulama untuk menyebarkan informasi dakwah ke seantero jagat raya lintas negara maupun bahasa dengan cepat. Era percepatan teknologi informasi tidak selamanya mempunyai arti negatif. Adanya teknologi informasi dapat diartikan sebagai sebuah kesempatan untuk melakukan dakwah yang bersifat menyeluruh. Namun di sisi lain, mesti disadari pesatnya perkembangan teknologi tidak jarang menimbulkan gap akibat kesiapan mental para penggunanya yang tidak selaras dengan kecepatan teknologi yang ada sehingga teknologi menjadi salah guna. Untuk itu, peranan pendidikan agama akan sangat memberikan arti strategis dalam mempersiapkan generasi muda khususnya mahasiswa untuk menghadapi tantangan tersebut.⁹

Dakwah di zaman sekarang sangat efektif dengan cara menggunakan perangkat canggih berbasis online, yaitu via internet karena bisa menghemat waktu dan tempat, juga menghemat biaya. Kerumitan *software* dan kecanggihan *hardware* telah menjadi salah satu kelebihan internet. Kolaborasi, koordinasi, dan komunikasi dapat didukung oleh aplikasi *software* komunikasi dan kolaborasi koneksi. Kemudahan dalam berkomunikasi antar masyarakat maya menjadi salah satu indikator berkembangnya internet khususnya yang berhubungan dengan

⁹ Liza, S., & Saodah, W. (2018). *Religious Motive For Using Facebook Among University Muslim Student*. Kebangsaan Media dan Dakwah, hal. 1-9.

transaksional mereka satu dengan lainnya.¹⁰

Akram menyatakan bahwa terdapat banyak motif dalam menggunakan sebuah media, diantaranya kebutuhan kognitif (kebutuhan akan informasi, pengetahuan dan pemahaman), kebutuhan efektif (kebutuhan akan emosi, perasaan dan kesenangan), kebutuhan integratif, personal (kebutuhan akan kredibilitas, stabilitas dan status, kebutuhan integratif sosial (kebutuhan akan interaksi dengan teman atau keluarga), dan kebutuhan pelepas ketegangan (kebutuhan akan hiburan). Hal ini menunjukkan bahwa tatanan sistem masyarakat Indonesia telah bergeser dari sistem tradisional menuju tatanan sistem yang berpusat kepada informasi. Kondisi semacam ini tentu akan mempengaruhi terbentuknya sistem tata nilai, pengetahuan, keagamaan, tradisi, dan kebudayaan yang baru.¹¹

Media sosial memiliki jangkauan yang luas dan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan cepat. Melalui platform-platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube, organisasi seperti FOKUSGAMPI dapat mencapai audiens yang lebih besar daripada melalui media tradisional. Media sosial menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan organisasi dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah secara efektif. Mulai dari teks, gambar, video, hingga live streaming, beragam konten dakwah dapat disebarkan melalui media sosial untuk menjangkau audiens yang berbeda-beda.

¹⁰ Ardi, D. (2015). *Psikologi Dakwah*. Bandung: Mimbar Pustaka. hal. 26.

¹¹ Akram, R. (2015). *Peran IT Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa ITB*. Jurnal ITB, hal. 50-62.

Dalam konteks organisasi seperti FOKUSGAMPI (Forum Komunikasi Mahasiswa Pidie), media sosial memiliki peran yang sangat strategis dalam penyebaran dakwah. Peran media sosial dalam penyebaran dakwah melalui FOKUSGAMPI seperti media sosial Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube memungkinkan FOKUSGAMPI untuk menyebarkan pesan dakwah secara lebih luas dan cepat. Konten dakwah seperti ceramah, kajian, artikel, dan video dapat diunggah secara berkala dan diakses oleh siapapun, kapanpun. Melalui media sosial, FOKUSGAMPI dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, tidak terbatas pada anggota atau komunitas lokal, tetapi juga umat Islam di seluruh dunia. Hashtag, fitur live streaming, dan video pendek dapat menarik perhatian audiens yang lebih muda dan *tech-savvy*. FOKUSGAMPI dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan acara-acara seperti kajian online, tabligh akbar, atau kegiatan sosial. Dengan mengunggah poster digital, jadwal, dan pengingat acara, media sosial memudahkan penyebaran informasi kepada para anggota dan simpatisan.¹²

FOKUSGAMPI dapat memanfaatkan media sosial untuk menggalang dana atau dukungan bagi proyek dakwah, kegiatan sosial, atau bantuan kemanusiaan. Kampanye daring bisa dengan cepat menyatukan umat Islam untuk tujuan yang positif dan bermanfaat. Konten visual, seperti infografis atau video pendek, dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Dengan pendekatan kreatif, dakwah bisa menjangkau generasi

¹² Aminuddin. (2018). *Facebook Sebagai Media Dakwah*. Jurnal IAIN Kendari, hal. 23-29.

muda yang sering menggunakan media sosial dalam kesehariannya.¹³

Media sosial Instagram memungkinkan FOKUSGAMPI untuk menjalin kerja sama dan kolaborasi dengan organisasi dakwah lainnya, baik di tingkat lokal maupun internasional. Melalui media sosial, mereka dapat saling mendukung, bertukar pengalaman, dan bersinergi dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah yang sama-sama mereka anut. Media sosial menyediakan platform yang mudah digunakan untuk berbagi konten dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, video, dan audio. Hal ini memungkinkan FOKUSGAMPI untuk menyebarkan pesan dakwah dengan cara yang kreatif dan menarik, sehingga lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens.

Peran media sosial sangatlah penting dalam organisasi dalam syiar dakwah seperti FOKUSGAMPI dalam mensyiarkan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas. Media sosial Instagram bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga merupakan sebuah platform yang dapat memperkuat dan memperluas jangkauan dakwah secara efektif di era digital ini. Dengan memanfaatkan media sosial, FOKUSGAMPI dapat mengembangkan dakwah yang lebih inklusif, interaktif, dan dinamis, sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan audiens yang semakin digital. Maka berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian organisasi FOKUSAMPI dengan judul **“Peran Media Sosial Instagram Pada Organisasi FOKUSGAMPI Dalam Syiar Dakwah”**

¹³ Ardi, D. (2015). *Psikologi Dakwah*. Bandung: Mimbar Pustaka. hal. 36.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran media sosial Instagram organisasi FOKUSGAMPI dalam mensyiarkan dakwah?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam mensyiarkan dakwah organisasi FOKUSGAMPI melalui media sosial Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran media sosial Instagram organisasi FOKUSGAMPI dalam mensyiarkan dakwah.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam mensyiarkan dakwah organisasi FOKUSGAMPI melalui media sosial Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini sebagai persyaratan mendapatkan gelar strata satu (S1) dan juga diharapkan menjadi penambah wawasan keilmuan dalam bidang manajemen dakwah.

- b. Bagi pihak FOKUSGAMPI penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dan masukan-masukan bagi ketua dan jajarannya dalam upaya meningkatkan dakwah melalui media sosial.

2. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan terutama dalam memahami dan menerapkan dakwah melalui media sosial.

3. Manfaat Akademis

- a. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi bagi peneliti lain yang berkeinginan untuk melaksanakan penelitian dan pembahasan terhadap masalah yang sama pada masa yang akan datang.

E. Penjelasan Konsep Penelitian

1. Pengertian Peran

Berdasarkan definisi peran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), peran diartikan sebagai sebuah perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh setiap individu yang memiliki kedudukan di dalam masyarakat. Peran tersebut merupakan suatu aspek status kedudukan yang memiliki arti penting untuk menghasilkan manfaat.¹⁴

Dalam bahasa Indonesia, kata "peran" berarti fungsi atau tugas yang

¹⁴ Cahyani, R. I. (2018). Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar Tv. Makassar: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. hal. 18.

dijalankan seseorang dalam suatu konteks, misalnya dalam masyarakat, organisasi, atau drama.

2. Media Sosial

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, berbagi, dan bertukar konten, serta berinteraksi secara langsung melalui berbagai jenis komunikasi digital. Media sosial memfasilitasi berbagai aktivitas seperti berbagi teks, gambar, video, dan suara serta memungkinkan orang untuk berhubungan, berkomunikasi, dan berkolaborasi secara lebih mudah dan cepat di seluruh dunia. Platform media sosial yang populer termasuk Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan LinkedIn, yang digunakan untuk tujuan sosial, bisnis, pendidikan, hiburan, dan lainnya. Media sosial juga memungkinkan interaksi secara real-time, baik dalam bentuk komentar, pesan pribadi, hingga siaran langsung, yang menjadikannya alat penting dalam komunikasi modern.¹⁵

3. Pengertian Instagram

Instagram adalah salah satu media berbagi foto yang memungkinkan penggunaannya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri. Instagram menjadi bagian dari media visual yang memungkinkan pengguna menampilkan identitas, gaya hidup, hingga gagasan dalam bentuk gambar.¹⁶

¹⁵ Firdaus, M. (2020). *Peranan Media Sosial Instagram @Ipm.Kalsel Dalam Membangun Citra Organisasi*. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin, hal.1-9.

¹⁶ Siregar, A., & Rasyid, A. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam*

4. Pengertian Fokusgampi

Fokusgampi adalah organisasi paguyuban yang didasari pada kesamaan daerah asal satu wilayah geografis. Tiga pilar FOKUSGAMPI yang dianut adalah Pendidikan, Pengabdian, dan Moralitas Pendidikan. Umumnya anggota FOKUSGAMPI atau generasi muda Pidie adalah mahasiswa dan mahasiswi yang berada di orientasi pendidikan. Pengabdian sebagai wujud nyata bekerja untuk masyarakat Pidie, Aceh, dan Indonesia, bahkan global baik melalui kerja-kerja nyata, edukasi, advokasi, dan partisipasi. Moralitas adalah integritas, karakter, sikap, etika, kepribadian positif, teladan dan berbudi pekerti dalam bingkai kebenaran. FOKUSGAMPI di deklarasikan pada tgl 5 Oktober 1986 dan juga sebagai tahun berdiri. Hari ini FOKUSGAMPI sudah berusia 38 tahun. FOKUSGAMPI didirikan oleh para senior FOKUSGAMPI yang saat itu juga masih tercatat sebagai mahasiswa dan generasi muda lintas perguruan tinggi dan lintas generasi.¹⁷

5. Syiar Dakwah

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) syiar artinya kemuliaan, kebesaran. Menyiarkan berarti adalah membesarkan atau memuliakan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, pengertian dakwah adalah penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat. Dalam kamus bahasa Arab Lisan Al-Arab Syiar Dakwah (شِعَارُ)

Membangun Brand Image Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah UINSU. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, hal. 1-34.

¹⁷ Rafsanjani, M. Syiar Dakwah FOKUSGAMPI Melalui Media Sosial Instagram. (M. A. Fahlevi, Interviewer, 2024)

(الدَّعْوَةُ) memiliki arti bahwasanya dapat diartikan sebagai "simbol atau ciri khas dakwah", yang mencerminkan penyebaran ajaran Islam kepada masyarakat. Jika ingin merujuk pada aktivitas dakwah, istilah yang lebih umum digunakan adalah الدَّعْوَةُ إِلَى اللَّهِ (ad-Da‘wah ilā. Allāh), yang berarti "seruan kepada Allah”.¹⁸



¹⁸ Saidul Karnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta: Gramedia 2015), hal.7