



Nivedana

Jurnal Komunikasi dan Bahasa

E-ISSN: 2723-7664



@ the Author(s) 2024

Volume 5 Number 2, Juni 2024

Submitted 15 April 2024

Revised 15 June 2024

Accepted 29 June 2024

DOI : <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i2.1191>

PERSEPSI NETIZEN TERHADAP PEMANFAATAN APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH STUDI AKUN INSTAGRAM @BASYASMAN

Hidayatur Rohmah^{1*}, Wafi Ratul Afida¹, Nur Abdullah Faqih¹, Anas Azhimi Qalban¹

¹Universitas Islam Negeri Saizu Purwokerto

*Coresponding Author: 214110102111@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki persepsi warganet terhadap penggunaan Instagram sebagai media dakwah, dengan fokus pada akun *@basyasman*. Melalui metode penelitian kualitatif lapangan dan analisis deskriptif, penelitian ini berusaha memahami bagaimana netizen memandang penggunaan platform media sosial, terutama Instagram, dalam konteks keagamaan, serta bagaimana persepsi mereka terhadap akun *@basyasman* sebagai penyalur dakwah. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sepuluh partisipan dipilih untuk diwawancara secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa netizen memiliki persepsi yang positif terhadap akun *@basyasman*. Mereka menghargai karakter positif dan kepribadian yang baik dari Husain Basyasman, serta mengakui kecerdasan intelektual dan keberagamaannya yang kuat. Netizen juga menyoroti cara berdakwah yang komunikatif dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, terutama generasi Z. Akun *@basyasman* berhasil memperoleh popularitas dan jumlah pengikut yang besar karena kesan yang ia berikan. Kemampuannya dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang relevan dan menarik bagi kalangan muda telah menjadikannya daya tarik bagi netizen. Dalam era digital ini, Instagram menjadi platform yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan dampak positif dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif di era digital. Memahami persepsi netizen terhadap penggunaan Instagram sebagai media dakwah dan kontribusi akun *@basyasman* dapat membantu dalam merancang konten dan strategi yang lebih relevan dan menarik bagi audiens target, terutama generasi muda.

Kata Kunci: Persepsi, Dakwah, Instagram, Basyasman

¹ UIN Saizu Purwokerto, 214110102111@mhs.uinsaizu.ac.id,

¹ UIN Saizu Purwokerto, 214110102151@mhs.uinsaizu.ac.id

¹ UIN Saizu Purwokerto, 214110102209@mhs.uinsaizu.ac.id

¹ UIN Saizu Purwokerto, anasaq@uinsaizu.ac.id

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 5, Number 2, Juni 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Abstract

This research aims to investigate netizens' perceptions of the use of Instagram as a propaganda medium, with a focus on accounts@basyasman. Through qualitative field research methods and descriptive analysis, this research seeks to understand how netizens view the use of social media platforms, especially Instagram, in a religious context, as well as how they perceive their accounts. @basyasman as a preacher. Research data was collected through in-depth interviews, observation and documentation. Ten participants were selected to be interviewed in depth. The research results show that netizens have a positive perception of the account@basyasman. They appreciate Husain Basyasman's positive character and good personality, and recognize his strong intellectual and religious intelligence. Netizens also highlighted the way of preaching which is communicative and easy to understand by various groups, especially generation Z. Akun@basyasman managed to gain popularity and a large number of followers because of the impression he gave. His ability to convey religious messages that are relevant and attractive to young people has made him attractive to netizens. In this digital era, Instagram has become an effective platform in reaching a wider audience and providing a positive impact in spreading da'wah messages. This research provides valuable insights for the development of more effective da'wah strategies in the digital era. Understanding netizens' perceptions of the use of Instagram as a medium for preaching and account contribution@basyasman can help in designing content and strategies that are more relevant and attractive to the target audience, especially the younger generation.

Keywords: Perception, Da'wah, Instagram, Basyasman

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dalam bidang media digital telah menghasilkan perubahan yang sangat berarti dalam bagaimana kita komunikasi dan berbagi informasi. Melalui teknologi dalam media digital, kini kita dapat berinteraksi dengan individu di berbagai belahan dunia dengan lebih mudah dan efisien. Hal ini telah mengubah cara kita dalam berbagi informasi, serta memperkuat hubungan kita dengan keluarga, teman-teman, dan komunitas. Perkembangan teknologi dalam media digital juga telah membantu mengurangi kekurangan sosial dan mengubah cara kita merasa terhubung dengan dunia yang lebih besar.

Adanya dakwah di media sosial juga seringkali memunculkan banyak persepsi dari para jamaah onlinenya. Persepsi sendiri merupakan proses integrasi dalam diri seseorang terhadap stimulus yang diterimanya melibatkan kesadaran individu terhadap lingkungan sekitarnya dan pemahaman terhadap diri sendiri. Persepsi individu merupakan hasil dari stimulus eksternal maupun internal yang diterima, meskipun sebagian besar stimulus berasal dari lingkungan luar individu tersebut (Wurarah, 2022). Dengan kata lain persepsi merupakan pengalaman yang merujuk pada objek, hubungan ataupun peristiwa dalam menafsirkan sebuah pesan atau pemberian sebuah makna (Nita Sari, Dian Rahmawati, 2022).

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 5, Number 2, Juni 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Sosial media sekarang ini menjadi wadah untuk saling berkomunikasi dan memberikan sebuah informasi. Paul Webster menyatakan bahwa saat ini Instagram telah mencapai jumlah pengguna aktif global sebanyak 400 juta, dengan penambahan sebanyak 100 juta pengguna baru. Lebih dari separuh dari pengguna baru ini berasal dari wilayah Asia dan Eropa. Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak, mencapai 89% dari total pengguna, khususnya di kalangan usia 18-34 tahun yang mengakses Instagram setidaknya sekali dalam seminggu (Willya, 2018).

Dalam perkembangannya, Instagram telah menjadi salah satu sarana untuk kegiatan dakwah. Saat ini, dakwah tidak lagi terbatas pada metode konvensional seperti di masjid atau majelis taklim, tetapi juga dapat dilakukan melalui media online, terutama media sosial. Salah satu contohnya adalah melalui Instagram. Penggunaan Instagram untuk kegiatan dakwah terus berkembang seiring dengan banyaknya da'i yang memanfaatkan platform ini sebagai media untuk menyampaikan dakwah mereka.

Instagram merupakan media sosial yang sangat populer yang memiliki potensi sebagai media dakwah digital. Para pengguna Instagram dapat memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk menyebarkan agama Islam dan memperoleh manfaat yang besar bagi pengikut dan bagi masyarakat. Sekarang ini Instagram telah menjadi platform favorit bagi kalangan masyarakat. Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang populer digunakan sebagai sarana dakwah. Keberhasilan Instagram dalam menarik minat pengguna terletak pada kemudahan penggunaan serta tampilan yang sederhana dibandingkan dengan beberapa media sosial lainnya (Nurrohmah, A. A., & Nurcholis, 2021).

Konten dakwah muda yang berhasil menarik perhatian orang yakni Husain Basyaiban. Beliau merupakan salah satu konten *creator* yang kontennya berisi tentang dakwah Islam. Husain Basyaiban ini aktif membuat konten dakwah pada tahun 2018 lewat unggahan Instagram pribadinya. Husain menjelaskan alasan membuat konten dakwah adalah dari kesukaan beliau terhadap *public speaking*. Dari konten yang dibuat oleh Husain ini merupakan konten yang sangat bermanfaat bagi orang lain dan respon positif juga Beliau dapatkan dari kalangan netizen. Akun yang menjadi saluran konten dakwah di Instagram adalah @basyasman, yang saat ini memiliki 2,1 juta pengikut. Akun ini, juga dikenal dengan nama Kadam Sidik, menyajikan berbagai tayangan dakwah yang berkaitan dengan isu-isu perempuan, aktivitas anak muda, dan

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 5, Number 2, Juni 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

upaya perbaikan diri untuk menjadi lebih baik dalam konteks keislaman. Konten foto dan video dakwah yang diunggah di akun Instagram @basyasman banyak menggunakan bahasa yang terhubung dengan pemahaman dan minat generasi muda, sehingga mereka dapat dengan mudah memahami dan mengerti pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video tersebut.

Husain Basyasman menyampaikan beragam konten dakwah yang mencakup kalam ulama, motivasi, ahlak, ilmu syariah, hadits nabi, serta konten edukatif lainnya. Dalam penyampaiannya, dakwah perlu disampaikan secara aktual, yaitu dengan memecahkan persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat pada saat itu. Selain itu, dakwah juga harus bersifat faktual, dengan memberikan solusi konkret dan nyata terhadap masalah yang ada. Selain itu, konten dakwah juga perlu bersifat kontekstual, yakni relevan dan berkaitan dengan masalah yang sedang dihadapi (Shabrina, F. N., Abdurrazaq, M. N., & Satria, 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk menggali persepsi netizen terkait penggunaan aplikasi Instagram sebagai sarana dakwah. Studi ini melibatkan analisis terhadap akun Instagram @basyasman. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana khalayak atau netizen memaknai dan merespons fenomena dakwah yang dilakukan melalui media sosial Instagram, terutama oleh akun @basyasman yang memiliki popularitas tinggi. Penelitian kualitatif sendiri merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena-fenomena yang terkait dengan manusia dan aspek sosial (Fadli, 2021).

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode. Pertama, observasi tidak terstruktur terhadap aktivitas dan interaksi netizen di akun @basyasman, seperti komentar, respon, dan diskusi yang terjadi. Kedua, wawancara mendalam dengan beberapa netizen yang aktif mengikuti akun @basyasman untuk menggali persepsi, pandangan, dan pemaknaan mereka terhadap konten dakwah yang disajikan. Ketiga, studi kepustakaan terhadap literatur penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini telah menginvestigasi penggunaan media sosial, termasuk Instagram, sebagai sarana dakwah. Beberapa studi sebelumnya telah melihat persepsi dan pengalaman pengguna terkait konten dakwah di media sosial, serta dampaknya terhadap audiens dan interaksi sosial. Penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini telah

menginvestigasi penggunaan media sosial, termasuk Instagram, sebagai sarana dakwah. Beberapa studi sebelumnya telah mempelajari persepsi dan pengalaman pengguna terkait konten dakwah di media sosial, serta dampaknya terhadap audiens dan interaksi sosial. Penelitian ini dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana netizen memandang dan merespons konten pada akun @basyasman.

Peneliti melakukan pengumpulan data secara mendalam dengan melibatkan sumber dalam pengambilan data sehingga memperoleh persepsi dari netizen terhadap pemanfaatan aplikasi Instagram sebagai media dakwah @Basyasman. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara langsung yang diperoleh melalui observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Husain Basyaiban

Husain Basyaiban adalah seorang cendekiawan Muslim yang terkenal sebagai salah satu pembuat konten dakwah Islam di platform media sosial. Ia adalah putra dari Kiai Sufyan dan menjadi putra termuda dari lima saudaranya. Husain Basyaiban dilahirkan di Mekkah pada tanggal 12 Agustus 2002 dan menghabiskan lima tahun masa kecilnya di kota tersebut. Ia berasal dari Madura (Unsiyatul Uyun., 2023).

Menurut Abdullah Nasih 'Ulwan, seorang da'i harus memiliki beberapa komponen dan peran dalam dirinya, tidak hanya sebagai seorang penceramah, tetapi juga sebagai pendidik masyarakat dan contoh teladan bagi masyarakat saat ini. (situs) Peran seorang Da'i dinilai oleh berbagai kalangan sebagai indikator profesionalitasnya. Bahkan peran Da'i memiliki dampak terhadap kesuksesan pemahaman agama oleh jamaahnya. Jika seorang Da'i mampu menguasai perannya dengan baik, maka ia akan semakin profesional dan tidak hanya menjadi seorang penceramah, tetapi juga dihormati oleh masyarakat luas karena perannya yang sesuai dengan sunnah Rasulullah SAW.

Oleh karena itu, Husain memulai perjalannya di dunia pendidikan dengan masuk ke Sekolah Dasar Jaddih 01 Bangkalan pada tahun 2008 dan menyelesaikan pendidikan di sana pada tahun 2014. Setelah itu, ia melanjutkan pendidikan menengahnya di Mtsn Bangkalan dari tahun 2014 hingga 2017, dan kemudian melanjutkan ke MAN Bangkalan dari tahun 2017 hingga

2020. Setelah menyelesaikan pendidikan menengahnya, Husain memilih UIN Sunan Ampel Surabaya di Jawa Timur sebagai perguruan tinggi tempat ia melanjutkan pendidikannya (Unsiyatul Uyun., 2023).

Ketertarikan dan persepsi netizen terhadap dakwah @basyasman melalui aplikasi Instagram

Husain adalah seorang pembuat konten dakwah yang sangat populer di kalangan generasi Z pada beberapa platform media sosial, contohnya Instagram. Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 netizen yang mengikuti akun Instagramnya, mereka memiliki alasan masing-masing untuk mengikuti instagram @basyasman. Mereka mengikuti karena kontennya selalu muncul di beranda dan karena rupanya yang menawan serta kefasihannya dalam berbicara, menjadi alasan utama untuk mengikuti Husain Basyaiban. Selain itu, komunikasi antar individu ternyata memiliki pengaruh dalam menambah followers @basyasman. Mereka gemar dan kerap kali membicarakan Husain Basyaiban, baik dari segi fisiknya, ilmunya, serta kehidupannya. Bahkan, background yang ditampilkan dalam layar pun menarik perhatian netizen, konten yang ditayangkan selalu menuai komentar positif dan mendapatkan persepsi yang bagus dari netizen, sehingga tak aneh bila Husain Basyaiban memiliki penggemar terutama dari kalangan remaja muslimah.

“Aku tahu Husain Basyaiban karena dulu tuh sering fyp di beranda tiktok, terus aku scroll konten di akunnya kok menarik. Nah, kebetulan itu pas aku sedang liburan pondok, kemudian pas udah berangkat ke pondok, temen-temen aku ternyata membicarakan husein basyaiban, hal itu semakin membuat aku tertarik untuk mengikutinya, akhirnya follow semua sosmednya deh” (Habibah, 2024).



Gambar 1.1 screenshot komentar netizen



Gambar 1.2 screenshot komentar netizen

Melihat komentar dari gambar 1.1 @nandaputri yang bertuliskan “*Masya Allah, semoga saya mendapatkan jodoh yang soleh*”. Jika dianalisis, komentar ini memiliki makna kagum dengan sosok Husain Basyaiban yang dikenal saleh, sehingga secara tidak langsung sosok Husain sudah menjadi role modell atau standard jodoh yang diharapkan para sebagian remaja muslimah. Hampir sama dengan komentar @habibah_tms pada gambar 1.2 yang berkomentar “*Kurangi halunya para akhwat, daripada mencari yang sholih lebuh baik kita belajar mensholihkan kita, walaupun susah harus semangat dong, Bismillah.*” Dari komentar tersebut, hampir sama memiliki makna kagum terhadap sosok Husain akan tetapi ditambah dengan rasa dalam diri yang ingin meniru sosok Husain menjadi orang yang sholih.

Husain Basyaiban memiliki pengetahuan agama yang luas, yang membawanya meraih berbagai prestasi dalam bidang keagamaan. Dakwahnya menarik dan berhasil menarik perhatian pengguna media sosial. Postingannya kerap kali muncul di setiap Beranda platform media sosial. Metode dakwah Husain dikenal karena pendekatannya yang serius dan tegas, namun tetap santai, dengan selalu mengacu pada Al-Quran dan Hadits dalam setiap konten yang ia buat. Pembawaan dakwah Husain tidak membosankan, bahasanya mudah dipahami, kontennya pun relevan dengan masalah yang dialami remaja zaman sekarang.



Gambar 2.1 screenshot komentar Netizen

Komentar yang dituliskan @syin_ta_say27o30n yang bertuliskan “*Berkesan sekali... Masya allah biasanya klo ngantuk langsung merem aj, nanti seger lagi. Tips bagus mas.*”. Kalimat tips bagus mas, yang bermakna kesetujuan terhadap apa yang disampaikan oleh Husain Basyaiban. Sama halnya dengan komentar @m_mutawalli93 yang bertuliskan “*JELAS,, PADAT, TEPAT, SESUAI DENGAN YANG DISAMPAIKAN OLEH BUYA YAHYA DAN ULAMA*

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 5, Number 2, Juni 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

LAINNYA". Sama halnya dengan makna sependapat dengan apa yang disampaikan Husain Basyaiban. Ini artinya, bahasa dan cara penyampaian yang digunakan Husain visa dipahami dengan mudah bahkan dijajarkan dengan ulama tinggi seperti Buya Yahya.

Begitu juga dengan wawancara pribadi kepada (Sunaryo, 2024):

"Cara menyampaikan dakwahnya unik, publik speaking nya oke banget, cepat dan mudah dipahami, tidak belibet. Mudah dipahami kalangan remaja dan awam. Bahkan pernah liat juga salah satu komentar netizen yg ada di instagram juga bilang begitu"

Basyasman atau yang ia sebut dirinya "kadam sidik" merupakan seorang pemuda yang memiliki popularitas tinggi dalam dunia dakwah. Dengan adanya fitur-fitur lengkap di Instagram, seperti feeds, story, reels, dan live, Husain memanfaatkannya untuk mempublikasikan konten dakwahnya. Selain menjadi pembuat konten dakwah, Husain Basyaiban juga aktif dalam berbagai acara keagamaan di luar sana. Ia sering diundang untuk menjadi pengisi kajian dan majelis, baik secara online melalui Zoom maupun secara offline di luar kota. seperti halnya Instagram dengan berbagai fiturnya yang lengkap. Dimulai dari dakwah hanya melalui gambar, kata-kata, video, hingga live streaming. Hal demikian merupakan transformasi digitalisasi yang menyeluruh hingga ke aspek dakwah.

Berdasarkan hasil penelitian dengan landasan teori persepsi yang sudah tertulis di pendahuluan, platform media sosial Instagram menjadi salah satu pintu kita untuk melihat dunia yang semakin luas. Berbagai konten sudah tersedia dimulai dari konten kebutuhan, informasi, hiburan hingga konten dakwah Islam. Husain Basyaiban sebagai pelaku dakwah di Instagram, memiliki citra dan persepsi yang baik di kalangan netizen, khususnya remaja muslimah. Postingannya kerap menuai komentar positif dan membangun.

Sosok Basyasman memiliki ciri khas yang menarik di kalangan gen Z. Tampan, cerdas, komunikatif, religius. 4 kata yang menggambarkan sosok Husain Basyaiban. Kecerdasan dan ketampanan merupakan *perfect combo* untuk menjadi alasan netizen menggemarinya. Ilmu yang disampaikannya mudah diserap karena caranya yang tegas namun masih mengacu pada Dasar hukum agama yang menjadikan netizen yakin akan ilmu yang dibawanya. Dakwahnya membantu meluruskan pemahaman netizen yang tidak menuntut ilmu secara langsung di Pesantren, sehingga banyak yang merasakan dampak baik dari dakwah Husain Basyaiban.

KESIMPULAN

Dakwah dengan media Instagram telah menjadi suatu fenomena umum di kalangan remaja sekarang. Sekarang ini Media Sosial sudah menjadi halaman untuk setiap orang dan siapapun berhak mengisi halamannya dengan konten yang menurutnya dianggap layak di posting, termasuk konten dakwah yang dilakukan oleh Husain Basyaiban. Husain Basyaiban merupakan pelaku dakwah di sosial media Instagram dan memiliki persepsi baik dari netizen. Hasil persepsi dari para netizen tersebut terangkum dalam 4 kata, berupa rupawan, intelektual, komunikatif, serta religius.

Banyak yang menggemari Sosok Basyaiban berawal dari rupanya yang menawan, diikuti dengan dirinya yang memiliki jiwa intelektual, akhlaknya dan kepribadiannya yang religius serta cara menyampaikan dakwahnya yang komunikatif, tegas namun mudah dipahami dan diterima oleh seluruh kalangan, terutama kalangan gen z.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Habibah, N. (2024). *Personal interview*.
- Nita Sari, Dian Rahmawati, D. C. (2022). Persepsi Netizen Instagram terhadap Kehadiran Saipul Jamil di Televisi (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Netizen Instagram di Program Kopi Viral Trans TV). *Nivedana : Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 3(1), 11.
- Nurrohmah, A. A., & Nurcholis, A. (2021). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (STUDI KASUS INSTAGRAM @PEMUDAHIJRAH). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 4(1), 49–62.
- Shabrina, F. N., Abdurrazaq, M. N., & Satria, A. (2023). Penggunaan Akun Tiktok @ husainbasyasman Sebagai Media Dakwah Terhadap Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAI-ALAZIS Dalam Pembuatan Konten Dakwah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(1), 177–184.
- Sunaryo, Q. (2024). *Personal interview*.
- Unsiyatul Uyun. (2023). Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. Al-Ittishol: J. *Urnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 125–143.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51339/ittishol.v4i2.993>
- Willya, E. (2018). *Senarai Penelitian : Islam Kontemporer Tinjauan Multikultural*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wurarah, M. (2022). *Implikator Prior knowledge*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media.