

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DAKWAH ISLAM DALAM MENJANGKAU GENERASI Z DI AKUN INSTAGRAM @LDK UIKA BOGOR

Hermansyah *

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Ibn Khaldun Bogor
hermansyah3494@gmail.com

Asep Gunawan

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Ibn Khaldun Bogor

Noor Isna Alfaien

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Ibn Khaldun Bogor

Abstract. *The Lembaga Dakwah Kampus (LDK) AL INTISYAR UIKA Bogor is a campus da'wah institution focusing on da'wah content, visual da'wah, and creative da'wah. The da'wah content shared on the Instagram account @alintisyar_ldk attracts Generation Z. This research aims to understand how to determine engaging and relevant content for Generation Z on the Instagram account LDK AL Intisyar UIKA Bogor, as well as to explore the optimal utilization of Instagram features to enhance engagement and reach of da'wah messages among Generation Z on the LDK AL Intisyar UIKA Bogor Instagram account. This study employs a qualitative descriptive method. The findings conclude that the account @alintisyar_ldk has demonstrated a good understanding of these characteristics by presenting visually appealing content, such as high-quality images and videos, and highly informative info. This helps capture Generation Z's attention and maintain their engagement. The Instagram account @alintisyar_ldk has implemented effective strategies by actively interacting with followers through Q&A sessions, polls, and responding to comments. These strategies not only enhance engagement but also build a close relationship between the account managers and the audience. To further develop and increase appeal, it is recommended that the account continue to innovate by creating more varied content, such as collaborating with influencers or young figures, and hosting live sessions involving direct discussions with the audience.*

Keywords: *Strategy, Instagram, @alintisyar_ldk.*

Abstrak. Lembaga Dakwah Kampus (LDK) AL INTISYAR UIKA Bogor merupakan sebuah Lembaga Dakwah Kampus yang bergerak khususnya dibidang konten dakwah, dakwah visual dan dakwah kreatif. Konten dakwah yang dibagikan oleh akun instagram @alintisyar_ldk menarik anak-anak muda generasi Z. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara menentukan konten yang menarik dan relevan untuk generasi Z di akun instagram LDK AL Intisyar UIKA Bogor. Dan juga untuk mengetahui cara pemanfaatan fitur-fitur instagram secara optimal dan meningkatkan keterlibatan serta jangkauan pesan dakwah bagi generasi Z di akun instagram LDK AL Intisyar UIKA Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan format deskriptif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa akun @alintisyar_ldk telah menunjukkan pemahaman yang baik tentang karakteristik ini

dengan menyajikan konten yang menarik secara visual, seperti gambar dan video berkualitas tinggi, serta info yang sangat informatif. Ini membantu dalam menarik perhatian generasi Z dan menjaga keterlibatan mereka, dan akun instagram @alintisyar_ldk telah menerapkan strategi yang efektif dalam hal ini dengan aktif berinteraksi dengan pengikut melalui sesi tanya jawab, polling, dan respon terhadap komentar. Strategi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga membangun hubungan yang erat antara pengelola akun dan audiens. Bagi pengelola akun @alintisyar_ldk uika Bogor untuk lebih mengembangkan dan meningkatkan daya tarik, disarankan agar akun ini terus berinovasi dengan membuat konten yang lebih variatif, seperti kolaborasi dengan influencer atau tokoh muda, serta mengadakan sesi live yang melibatkan diskusi langsung dengan audiens.

Kata kunci: Strategi, Instagram, @alintisyar_ldk.

PENDAHULUAN

Rencana jangka panjang yang berorientasi pada tujuan yang mencakup tindakan-tindakan utama yang diperlukan adalah apa yang mendefinisikan sebuah strategi. Tujuannya adalah untuk mengamankan kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi di masa depan. Mengenali strategi sebagai upaya aktif membedakannya dari elemen organisasi lainnya. Tanpa strategi, kinerja tidak akan tercapai. Keberhasilan suatu organisasi tidak diragukan lagi bergantung pada pelaksanaan strateginya; tanpanya, kemajuan tidak mungkin tercapai. Jika terjadi kesalahan, strategi biasanya merupakan aspek pertama yang diperiksa keakuratannya. Kewajiban umat Islam adalah melakukan Dakwah, yang mencakup serangkaian kegiatan yang berupaya menyebarkan ajaran Islam kepada orang lain melalui metode yang beragam dan efektif. Tujuan akhir dakwah adalah membina individu dan masyarakat yang menganut dan menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam setiap aspek kehidupannya, dan tidak terkecuali hal tersebut sejalan dengan firman Allah *subhanahu wa ta'ala* : *“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru pada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”*. (Q.S Ali Imran/3:104).

Konsep strategi dakwah menyangkut proses penentuan cara mendekati tujuan tertentu dalam keadaan dan kondisi yang berbeda-beda guna mencapai tujuan dakwah itu sendiri. Di antara berbagai platform media sosial yang ada saat ini, Instagram telah menjadi pilihan yang sangat populer di kalangan remaja. Ini berfungsi sebagai platform bagi mereka untuk mengekspresikan individualitas mereka dan berbagai aspek kehidupan sosial mereka. Pada masa remaja, disetiap individu sibuk untuk mencari jati dirinya, dan Instagram telah menjadi wadah bagi remaja untuk menunjukkan kreativitasnya (Rakanda, 2020).

Instagram juga merupakan platform penting untuk menyebarkan dakwah, tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai ruang untuk berbagai aktivitas, mulai dari interaksi sosial hingga upaya komersial. Dirilis pada 6 Oktober 2010, Instagram telah muncul sebagai platform media sosial populer di Indonesia, bersama YouTube, Facebook, WhatsApp, dan Line. WeAreSocial.net dan Hootsuite melakukan survei yang mengungkapkan bahwa Indonesia menempati posisi ketiga dalam hal pengguna aktif Instagram, dengan jumlah pengguna aktif

Instagram sebesar 55 juta orang. Hal ini menempatkan Indonesia hanya tertinggal dari Amerika Serikat dan Brazil. Selain itu, Instagram memiliki jumlah pengguna tertinggi ketujuh secara global, dengan 800 juta pengguna pada Januari 2018. Menurut penelitian yang sama, jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat menjadi 160 juta. Dan uniknya, rata-rata penduduk Indonesia memiliki sekitar 10 akun media sosial per orang. Pertumbuhan pengguna aplikasi Instagram dikatakan melebihi Facebook dan Snapchat, dan menurut survei terbaru tahun 2021, terdapat 1,2 miliar pengguna Instagram pada bulan Januari. Sedangkan dalam dakwah, banyak tantangan yang harus dihadapi. Salah satu yang terpenting adalah situasi dan kondisi di era disrupsi termasuk era saat ini khususnya pada generasi z. dan salah satu lembaga dakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai strategi dakwah yang efektif dan menarik adalah AL INTISYAR Lembaga Dakwah Kampus UIKA Bogor.

Lembaga Dakwah Kampus AL INTISYAR UIKA Bogor merupakan sebuah Lembaga Dakwah Kampus yang dikhususkan untuk mahasiswa dan mahasiswi UIKA Bogor, yang mana didalam nya diajarkan untuk selalu bersemangat dalam menuntut ilmu agama. Lembaga ini bergerak khususnya dibidang konten dakwah, dakwah visual dan dakwah kreatif. Mereka biasa menggelar berkumpul bersama di sekitaran kampus UIKA dan selain itu mereka juga sering mengadakan acara diluar kampus seperti daurah atau semacam pelatihan, yang merupakan agenda rutin yang diadakan setiap tahunnya. Didalam lembaga ini para mahasiswa dan mahasiswi nya dilatih untuk mengembangkan dakwah mereka agar lebih baik. Salah satu strategi mereka adalah dengan membiasakan mahasiswa dan mahasiswi nya untuk membuat konten-konten dakwah visual dan memfokuskan berdakwah di media sosial. Saat ini Lembaga Dakwah Kampus AL INTISYAR UIKA Bogor ini memiliki pengikut lebih dari 2.100 pengikut di *instagram*. Hal tersebut menjadikan Lembaga Dakwah Kampus AL INTISYAR UIKA Bogor salah satu organisasi kampus yang cukup besar dan dikenal khusus nya di kampus UIKA Bogor.

Dalam akun *instagram* nya, Lembaga Dakwah Kampus AL INTISYAR UIKA Bogor memanfaatkan nya sebagai media dalam berdakwah pada masa kini dengan membuat konten-konten kreatif dan dakwah visual, yang dimana konten-konten nya ini didesain kekinian sehingga penampilannya terlihat menarik untuk dilihat oleh para followers nya. Dakwah yang dilakukan oleh akun @alintisyar_ldk selain menggunakan media yang sedang trend namun juga memiliki strategi yang efektif dan menarik pengguna Instagram yang mayoritas adalah kalangan anak muda atau remaja yang sedang membutuhkan penanaman-penanaman moral secara islami. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menilai Lembaga Dakwah Kampus AL INTISYAR Bogor menjadi salah satu *panutan* bagi komunitas atau organisasi lain agar bisa memberikan pesan-pesan dakwah dengan cara-cara kekinian dan menarik khususnya untuk kalangan muda.

Penulis memfokuskan penelitian pada akun media sosial terbesar yang dimiliki Lembaga Dakwah Kampus UIKA Bogor, yakni *Intagram*. Sehingga peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam tentang strategi dakwah yang dilakukan Lembaga Dakwah Kampus UIKA Bogor dalam sebuah penelitian dengan judul **“strategi komunikasi digital dakwah islam dalam menjangkau generasi Z di akun**

instagram@LDK UIKA Bogor”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan format deskriptif, yakni penelitian yang dilakukan pada tempat penelitian terhadap suatu fenomena dengan jalan menggambarkan sejumlah variable yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Oleh karena itu, alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian ini fokus mendeskripsikan pada peran dan strategi dakwah akun @LDK AL Intisyar UIKA Bogor melalui media sosial instagram, dalam penggalan data peneliti membutuhkan pengamatan secara mendalam baik dengan observasi, wawancara maupun dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah LDK AL INTISYAR

LDK Al-Intisyar lahir pada hari sabtu tanggal 16 oktober 1999 di kampus perjuangan bernama Universitas Ibn Khaldun Bogor. LDK Al- Intisyar lahir untuk menjawab keresahan mahasiswa dan dalam membina serta membentuk dakwah di kampus UIKA.

1. Visi

Menjadi wadah pembinaan umat khususnya mahasiswa UIKA agar sholeh pribadi menuju sholeh sosial serta menjadi pelopor pengembang kultur Islam dalam tradisi UIKA dan menjadi Akselerator bagi terwujud nya masyarakat Islami.

2. Misi

Kontribusi (ikut memberikan kontribusi positif bagi pengembangan dan kemajuan UIKA) Mewujudkan Masyarakat Kampus Islami (menegakkan eksistensi dakwah dalam rangka amar ma'ruf nahi munkar) Mengoptimalkan Persatuan Umat dan Islamiyah (melakukan amal sholeh dalam rangka menyebarkan dakwah islam).

B. Temuan penelitian

LDK Al Intisyar memiliki beberapa media sosial, diantaranya yaitu, tiktok, youtube, dan instagram. Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan penelitian pada salah satu media sosial LDK Al intisyar, yaitu instagram. Hal ini dikarenakan media sosial instagram merupakan media yang paling besar yang dimiliki komunitas LDK Al Intisyar. Berdasarkan pengamatan pada semua media sosial yang digunakan oleh komunitas LDK Al intisyar, instagram merupakan media yang lebih dominan dibandingkan penggunaan media sosial lainnya. Selain itu, media sosial instagram secara umum juga sudah menarik dan banyak disenangi bagi semua kalangan terutama bagi pemuda dan pemudi.

Pernyataan tersebut dibenarkan oleh ahmad alfarizi selaku pihak pengelola akun instagram @alintisyar_ldk. Ahmad menjelaskan bahwa penggunaan media sosial instagram lebih diutamakan dibandingkan media lainnya. Dikarenakan media sosial instagram merupakan media sosial pertama yang dimiliki oleh LDK Al Intisyar

UIKA Bogor. Selain itu, menurut ahmad saat ini instagram merupakan trend dakwah di era digital yang memiliki segmentasi yang sangat luas dan beragam terutama pada masa kini.

“Kita awalnya memang pakai instagram saja, apalagi kita ini bergerak di media dakwah ya, kita juga kan harus mencari variasi yang terbaru gitu, menyesuaikan zaman juga yakan buat kita dakwah. Jadi untuk sekarang nih kita tuh pengen buat kayak podcast terus kayak konten-konten islami supaya relate lah konten-konten LDK tuh sama anak zaman sekarang” ujar ahmad, saat wawancara mengenai media sosial di halaman sekretariat ukm LDK Al Intisyar pada tanggal 20 juli 2024.

Lebih lanjut, ahmad menyebutkan, ada beberapa cara tersendiri agar menarik perhatian untuk kalangan muda mudi khusus nya gen z. mulai dari konten dakwah yang berupa tulisan, gambar maupun video dapat diunggah dan didesain dengan bagus, sehingga dinilai mampu menarik banyak orang.

“Seperti saya sebutkan tadi ya ka, jadi pertama kita kan sekarang zaman media sosial banget ya gitu, semua orang hampir punya media sosial jadi target kita lebih ke media sosial, nah dengan cara apa tadi, pertama kita bikin podcast, terus yang kedua kalo kita sebutnya tuh imanfirst, jadi imanfirst ini kita gabungin antara konten islami sama konten universal. Mungkin konten edukasi atau yang lainnya gitu, kita sesuaikan aja sama gen z gitu, supaya lebih tertarik mereka gitu” kata ahmad, saat wawancara mengenai penggunaan media sosial kepada peneliti di halaman sekretariat ukm LDK Al Intisyar pada tanggal 20 juli 2024.

Akun instagram @alintisyar_ldk pertama kali dibuat pada hari sabtu tanggal 16 oktober 1999 di kampus perjuangan bernama Universitas Ibn Khaldun Bogor. Seperti akun instagram lainnya LDK Al Intisyar memulai semuanya dari awal. Perlahan tapi pasti, akun instagram @alintisyar_ldk mulai dikenal seiring berjalanya program dan kegiatan dakwah Lembaga Dakwah Kampus Al Intisyar UIKA Bogor. Pada awalnya konten-konten dakwah yang disajikan belum memiliki *template* dan jadwal seperti sekarang. Bentuk konten nya pun begitu menarik seperti sekarang ini. Jumlah pengikut dan *like* setiap postingan nya juga bisa dihitung dengan jari.

Namun, hingga saat ini. Akun instagram @alintisyar_ldk telah memiliki lebih dari 2000 ribu unggahan dan lebih dari 2.050 ribu pengikut. Konten yang disajikan juga mulai beragam bentuknya dan telah memiliki jadwal unggahan sehingga beranda terlihat lebih menarik untuk dilihat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pembahasan temuan penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran instagram dalam penyebaran dakwah merupakan sebuah penelitian tentang fenomena penggunaan aplikasi media sosial instagram sebagai media dakwah yang dilakukan akun @alintisyar_ldk UIKA Bogor dalam upaya keberlangsungan dakwah dimasa kini. Berbicara tentang generasi z merupakan kelompok yang sangat terampil dalam teknologi dan cenderung menghabiskan waktu mereka di media sosial. Mereka memiliki preferensi terhadap konten visual, interaktif, dan relevan dengan kehidupan mereka. Akun @alintisyar_ldk telah menunjukkan pemahaman yang baik tentang karakteristik ini dengan menyajikan konten yang menarik secara visual,

seperti gambar dan video berkualitas tinggi, serta info yang sangat informatif. Ini membantudalam menarik perhatian generasi Z dan menjaga keterlibatan mereka.

2. Generasi Z menghargai interaksi yang personal dan langsung dengan pengelola akun media sosial. @alintisyar_ldk telah menerapkan strategi yang efektif dalam hal ini dengan aktif berinteraksi dengan pengikut melalui sesi tanya jawab, polling, dan respon terhadap komentar. Strategi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga membangun hubungan yang erat antara pengelola akun dan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya : Penerbit Qiara Media.
- Aziz, Moh. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- David, Fred R. (2012). *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Salemba Empat.
- Dr. Umar Sidik dan Dr. Miftachul Choiri. (2019). *Metode Penelitian kualitatif dibidang pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya.
- Enterprise, Jubilee. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hasan, Mohammad. (2013). *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Hootsuite. (2020), *Digital in 2020: Global Digital Review We are social*. Vancouver, Canada : Hootsuite.
- Khalif, Fauzan. (2006). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Sosial dan Komunikasi dikalangan Mahasiswa*.
- Nasrullah, Rulli. (2005). *Media Sosial & Perspektif Komunikasi budaya dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbosa Rektama Media.
- Sasono, Adi. (1997). *Solusi Islam Atas Problematika Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos
- Wahana Ilm. S, Sumarsono. (2001). *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.