

## PENGUNAAN MEDIA DAKWAH BERUPA FITUR VIDGRAM OLEH MASJID AL IRSYAD SURABAYA

Isa Saleh<sup>1\*</sup> Abdullah Djamal Al'amudy<sup>1</sup>, Ahmad Khoirul Hakim<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam (STIDKI) Ar-Rahmah, Jl. Teluk Buli I/5-  
7 Surabaya 60165, Jawa Timur

<sup>2</sup>Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Jl. Ahmad Yani  
No.23 Surabaya 60231, Jawa Timur

\*e-mail:isasaleh@stidkiarrahmah.ac.id

### ABSTRACT

*Advances in technology can make it easier to preach in a greater reach, especially with social media. Instagram is one of the social media that is currently being used by campaigners. Al Irsyad Mosque in Surabaya is one of the mosques that has an Instagram account and uses the vidgram feature as a medium for preaching. This study aims to determine the management of video features and their impact on the development of da'wah at Masjid Al Irsyad Surabaya. The method used in this research is observation, interview, and documentation. The data analysis was performed using a qualitative descriptive method. The results showed that the Al Irsyad Mosque has made good use of the vidgram feature, so that it can increase the number of congregants and followers, likes, comments, and viewers of its Instagram account.*

**Keywords:** virtual da'wah, Masjid Al Irsyad Surabaya, vidgram features

### ABSTRAK

Kemajuan teknologi dapat memberikan kemudahan berdakwah dalam jangkauan yang lebih besar, khususnya dengan media sosial. Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini sedang marak digunakan oleh para pegiat dakwah. Masjid Al Irsyad Surabaya adalah salah satu masjid yang memiliki akun Instagram dan memanfaatkan fitur vidgram sebagai media dakwahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan fitur vidgram dan dampaknya terhadap perkembangan dakwah Masjid Al Irsyad Surabaya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Masjid Al Irsyad telah memanfaatkan fitur vidgram dengan baik, sehingga dapat meningkatkan jumlah jama'ah maupun *followers, likes, comment, dan viewers* akun Instagramnya.

**Kata Kunci:** Fitur vidgram, Masjid Al Irsyad Surabaya, dakwah virtul, Instagram

## PENDAHULUAN

Islam adalah agama dakwah dalam pengertian agama yang mendorong pemeluknya untuk selalu aktif dalam berdakwah. Bahkan maju mundurnya ajaran Islam berkaitan erat dengan dakwah yang dilakukan oleh umat Islam.<sup>1</sup> Konsekwensi dari Islam sebagai agama dakwah menuntut pengikutnya agar selalu menyampaikan ajaran Islam selama kehidupan dunia masih berlangsung<sup>2</sup>

Pengertian dakwah jika ditinjau dalam perspektif Alquran maka dapat diidentifikasi sebagai panggilan atau aktualisasi iman,<sup>3</sup> pencerahan agama,<sup>4</sup> dan proses pemberdayaan masyarakat menuju kualitas *khair al-ummah*.<sup>5</sup> Ali Mahfuz mendefinisikan dakwah sebagai kegiatan menyeru dan mengajak manusia pada petunjuk Tuhan, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang berbuat mungkar agar mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>6</sup> Jumáh Amin Abdul Aziz mendefinisikan dakwah sebagai tugas yang wajib diemban oleh para pengikut rasul dalam rangka mengajak manusia – dengan perkataan maupun perbuatan- kepada Islam, menerapkan *manhajnya*, memeluk aqidahnya, dan melaksanakan syariatnya.<sup>7</sup> Kehadiran dakwah harus mampu mendorong terjadinya perubahan nyata dalam aspek pemikiran maupun perilaku, karena tujuan dari dakwah adalah terjadinya perubahan.<sup>8</sup>

Perubahan yang diharapkan dalam dakwah tidak bisa terjadi jika dakwah tidak dimulai dari identifikasi masalah umat. Ketika dakwah adalah upaya perbaikan umat, maka pertanyaannya bagian mana masyarakat yang harus diperbaiki? Pertanyaan ini akan mengantarkan para juru dakwah untuk tidak mudah sekadar menjawab bahwa dakwah semata-mata menyeru kepada jalan ilahi.<sup>9</sup> Selain memahami persoalan masyarakat, para juru dakwah hendaknya menggunakan sarana-sarana modern yang bisa menyampaikan dakwahnya secara efektif dan efisien. Seorang dai saat ini hidup di era penemuan dan inovasi ilmu pengetahuan yang terus berkembang.<sup>10</sup> Kegiatan dakwah sudah dimulai sejak zaman kenabian hingga saat ini, dan dakwah mengalami berbagai perkembangan seiring berjalannya waktu dan zaman. Bisa dikatakan bahwa dakwah pada saat ini mengalami signifikansi baik dalam tataran keilmuan ataupun aktivitas.<sup>11</sup>

Perkembangan dakwah salah satunya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Saat ini perkembangan dan kemajuan teknologi semakin pesat, sehingga informasi dengan mudah diakses melalui alat-alat digital. Kemajuan teknologi dapat memberikan kemudahan

---

<sup>1</sup> M. Munir dkk, *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia, 2015), 4.

<sup>2</sup> Ibid, 5.

<sup>3</sup> Qs. Al-Anfal (8): 24.

<sup>4</sup> Qs. Ibrahim (14): 1 dan 5

<sup>5</sup> Qs. Ali Imran (3): 110

<sup>6</sup> A. Ilyas Ismail, *Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial* (Jakarta: Prenadamedia, 2019), 42.

<sup>7</sup> Jumáh Amin Abdul Aziz, *Fiqih Dakwah, Studi atas Berbagai Prinsip dan Kaidah yang Harus Dijadikan Acuan dalam Dakwah Islamiyah* -terj-(Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2010), 12.

<sup>8</sup> Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia, 2019), 103-104.

<sup>9</sup> Welhendri Azwar Muliono, *Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia, 2020), 10.

<sup>10</sup> Hammam Abdurrahim Said, *Qawa'idud Da'wah Ilallah*- terj- (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2016), 165.

<sup>11</sup> Ishanan. 2017. Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan: *Komunike*, IX (2), 91-104.

berdakwah dalam jangkauan yang lebih besar dan luas. Selain itu kemajuan teknologi dan penetrasi internet dalam kehidupan saat ini telah memicu munculnya manusia baru yang bernama *homo digitalis* yaitu manusia yang hidup dan memiliki kedekatan dengan teknologi dan bergantung pada teknologi.<sup>12</sup> Manusia digitalis adalah manusia yang hadir sebagai dampak dari perkembangan teknologi yang telah menciptakan system komunikasi baru dengan media yang baru. Manusia tidak perlu hadir secara fisik, ragawi, atau bertatap muka seperti pada masa silam.<sup>13</sup> *We Are Social* membuat laporan terbaru yang menyebutkan pada tahun 2020 terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, ada peningkatan 17% (25 juta pengguna internet). Jika melihat total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka 64% penduduk Indonesia telah melakukan akses ke dunia maya.<sup>14</sup>

Media internet merupakan jaringan komputer luas yang mampu menghubungkan pengguna komputer satu dengan komputer yang lain walaupun berbeda dan berlainan negara. Jika dibandingkan media dakwah yang tidak berbasis internet, internet mempunyai tiga keunggulan; (1) *never turn off* dan *unlimited acces* yaitu sifatnya yang tidak pernah dimatikan dan dapat diakses tanpa batas. Internet memberi keleluasan kepada penggunanya untuk dapat memanfaatkannya dalam situasi dan kondisi apapun. (2) internet merupakan sarana yang tepat bagi siapapun yang ingin berdiskusi tentang pengalaman spiritual yang irasional yang jika didiskusikan pada forum biasa akan mengurangi keterbukaannya. (3) sebagian kalangan yang memiliki keterbatasan komunikasi tidak jarang mendapatkan kesulitan guna memenuhi keinginan spiritual mereka. Padahal mereka berharap agar bisa berdiskusi dan mendapatkan arahan dari para ahli agama. Internet hadir sebagai sarana yang bisa menghubungkan antara pemakai dengan para ahli ilmu agama.<sup>15</sup>

Salah satu produk teknologi informasi berbasis internet adalah media sosial. Menurut pengertian bahasa, kata media bersumber dari kata latin *medius* yang memiliki beberapa arti yaitu tengah, perantara atau pengantar. Dalam perspektif Bahasa Arab, media diterjemahkan sebagai sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, minat dan perhatian.<sup>16</sup> Media sosial diidentifikasi sebagai media daring (dalam jaringan, artinya berbasis), dimana para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, menciptakan konten, dan saling berbagi satu dengan yang lain.<sup>17</sup> Maraknya penggunaan internet membuat para penggiat dakwah menjadikan media sosial sebagai sarana untuk mengembangkan dakwahnya. Apalagi dalam realitas sekarang ini, hampir sebagian besar masyarakat telah memiliki peralatan teknologi informasi, baik komputer, internet, *hand phone*, dan sebagainya. Ibaratnya, dunia masyarakat sekarang ini

<sup>12</sup> A. Ilyas Ismail, *Menggagas Paradigma Dakwah*, 192

<sup>13</sup> Ibid, 193.

<sup>14</sup> Athik Hidayatul Ummah. 2020. Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara): *Journal Tasāmuḥ*, 18 (1), 54-78.

<sup>15</sup> Istina Rakhnawati. 2016. *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah: ATabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4 (1), 49-69.

<sup>16</sup> Istina Rakhnawati. 2016. *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah: ATabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4 (1), 49-69.

<sup>17</sup> Ilyas Ismail, *Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, 204

adalah dunia teknologi informasi. Masyarakat akan dianggap “*kuper*” (kurang pergaulan) atau “*gaptek*” (gagap teknologi) apabila tidak mempunyai peralatan teknologi informasi.<sup>18</sup>

Semakin banyak situs jejaring sosial yang bermunculan di zaman ini. Salah satu media sosial yang paling banyak diminati adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang telah dikenal luas di kalangan masyarakat Indonesia. Instagram berada di urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp.<sup>19</sup> Carolyn Everson, *Vice President Global Marketing Solution Facebook* menyatakan bahwa Instagram sudah mencapai 800 juta pengguna pada akhir tahun 2017.<sup>20</sup> Instagram memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh media sosial lain, salah satunya adalah fitur *vidgram* yang dapat diunggah hanya dalam durasi 60 detik. durasi yang singkat tersebut, para penggiat dakwah harus mampu mengemas materi dakwahnya tanpa mengurangi esensinya.

Sebagai perkara baru, pandangan para ahli agama tentang penggunaan medsos tidak disadari. Di dalamnya terdapat pandangan pro dan kontra. Setidaknya pandangan dalam hal ini dapat dikelompokkan menjadi tiga mazhab. *Pertama*, mazhab yang membolehkan secara mutlak dengan alasan bahwa medsos membawa manfaat dan maslahat. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk medsos, sebagaimana melainkan peluang. *Kedua*, mazhab yang menolak dan melarang secara mutlak. berdasarkan *baths al-masāil* di salah satu pesantren di Jawa Timur memutuskan bahwa *searching* dan pemanfaatan medsos hukumnya haram dengan alasan bahwa mafsadahnya lebih besar. *Ketiga*, mazhab yang memandang internet atau media sosial hanya sebagai alat semata. Hukumnya ditentukan oleh niat, motif dan tujuan penggunaannya.<sup>21</sup> Berdasarkan Dari ketiga mazhab ini, pandangan yang moderat adalah pandangan ketiga, dan pandangan ini merupakan pandangan yang dipakai oleh banyak lbm bage dakwah di Indonesia.

Saat ini Instagram juga mulai digunakan oleh masjid-masjid di Indonesia untuk berdakwah, salah satunya adalah Masjid Al Irsyad Surabaya. Masjid ini merupakan milik Yayasan Perguruan Al-Irsyad Surabaya.<sup>22</sup> Ketertarikan penulis meneliti di masjid Yayasan perguruan Al-Irsyad Surabaya ini dikarenakan masjid YPAS mampu meningkatkan pengikut (*followers*) di Instagram dalam jumlah yang lebih besar setelah menggunakan *vidgram* dalam program dakwahnya. Peningkatamn ini terlihat dari angka dua ratus *followers* menjadi lima ribu dua ratus dua puluh tujuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan akun Instragram Masjid Al Irsyad Surabaya. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dampak penggunaan fitur *vidgram* sebagai media dakwah terhadap Masjid Al Irsyad Surabaya.

Beberapa penelitian tentang penggunaan media sosial Instagram dan pemanfaatan internet dalam dakwah telah ditulis, diantaranya oleh Audah Mannan dan Akhmad Fachri

<sup>18</sup> Abdul basit. 2013. Dakwah Cerdas Di Era Modern: *Jurnal Komunikasi Islam*: 3 (1), 89

<sup>19</sup> Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana. 2020. Efektivitas Dakwah Melalui Instagram: *Nyimak: Journal of Communication*, 4 (1), 1-16.

<sup>20</sup> Oik yusuf, Naik 100 Juta, Berapa Jumlah Pengguna Instagram Sekarang?

<https://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang> (13 oktober 2018)

<sup>21</sup> A. Ilyas Ismail, *Menggagas Paradigma Dakwah*, 220.

<sup>22</sup> Fahmi, A., Saleh, I., Bramayudha, A. 2020. Model pengelolaan Pemanfaatan Ruang di Kompleks Yayasan Perguruan Al-Irsyad: *Jurnal Masjiduna*, 3(1): 1-13.

dengan judul “Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @YUFID.TV di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah”,<sup>23</sup> Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana dengan judul “Efektivitas Dakwah Melalui Instagram”<sup>24</sup> Ishanan dengan judul “Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan”<sup>25</sup>. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mempunyai pembeda yang membedakan dari penelitian sebelumnya dari aspek lokasi penelitian dan fitur media sosial yang diteliti.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik validasi data melalui triangulasi sumber. Dengan menbandingkan dua sumber yang berbeda dan pertanyaan sama, Penelitian ini dilakukan di Masjid Al Irsyad, Jalan K.H. Mas Mansyur No. 46 Surabaya. Subjek penelitian dalam penelitian ini di antaranya adalah Ketua Takmir, Wakil Ketua Takmir, Tim Media, dan pengikut (*followers*) Instragram Masjid Al Irsyad Surabaya. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan Teknik analisis miles and Huberman, data direduksi, display, kesimpulan. .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Masjid Al Irsyad adalah masjid yang berada di bawah naungan Yayasan Perguruan Al Irsyad Surabaya (YPAS) yang terletak di jalan KH Mas Mansyur No: 46, yang di dalamnya terdapat sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA), dan sekolah menengah kejuruan (SMK). Awal mula masjid sebelum didirikan adalah sebuah aula dengan satu lantai yang sering dipakai untuk sholat jum'at oleh masyarakat sekitar, kemudian dengan adanya Ustadz Muhammad Baabdullah dibantu oleh saudagar dari Arab Saudi maka dibangunlah bangunan masjid pada tahun 1985 dan selesai pada tahun 1990.<sup>26</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, pada awalnya Masjid Al Irsyad memulai dakwahnya di Instagram sekitar Januari 2017. Pada saat itu konten yang dishare hanya sekedar informasi tentang kajian akbar. Namun penggunaan Instagram hanya berjalan satu bulan saja, karena belum ada pengurus yang sanggup mengelola akun Instagram tersebut. Oleh sebab itu, Takmir Masjid Al Irsyad melakukan evaluasi dan membentuk Tim Media yang salah satu tugasnya adalah mengelola akun media sosial milik masjid. Tepatnya pada bulan November 2017, Masjid Al Irsyad mengaktifkan kembali akun Instagramnya dengan konsep yang sudah ditata dengan sedemikian rupa, yaitu setiap hari editor harus mengupload konten Instagram di waktu pagi, siang, dan malam hari. Konten pada pagi dan siang hari adalah materi yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, sedangkan konten pada malam hari adalah video

---

<sup>23</sup> Audah Mannan dan Akhmad Fachri. 2018. Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @YUFID.TV di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah: *Jurnal Tabligh*, 19 (2): 218- 237.

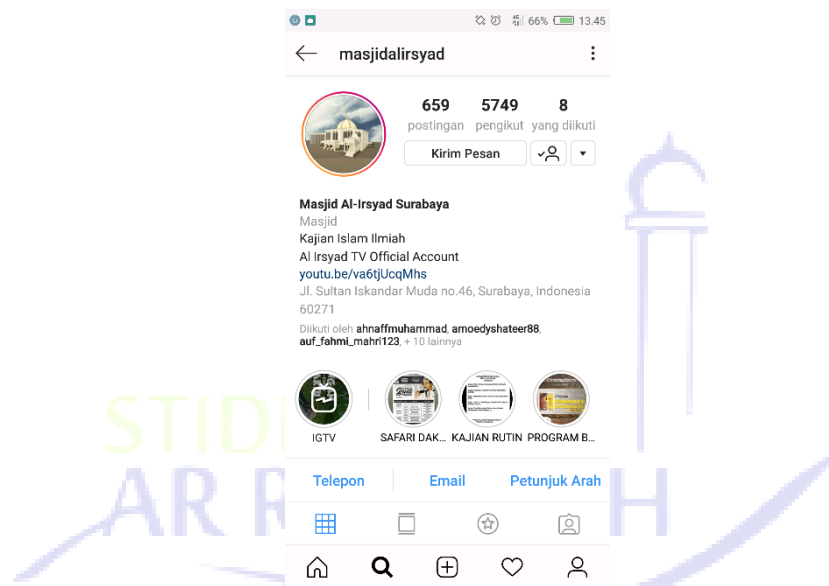
<sup>24</sup> Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana. 2020. Efektivitas Dakwah Melalui Instagram: *Nyimak: Journal of Communication*, 4 (1), 1-16.

<sup>25</sup> Ishanan. 2017. Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan: *Komunike*, IX (2), 91-104.

<sup>26</sup> Wawancara dengan Abdurrahman Baradja, Wakil Takmir Masjid Al Irsyad Surabaya.

murottal atau kajian yang sudah melalui proses *editing*. Selain vidgram, Masjid Al Irsyad juga memanfaatkan fitur snapgram untuk info-info kegiatan masjid.<sup>27</sup>

Setiap menu yang ada di akun Instagram selalu diperhatikan oleh Tim Media. Pada menu profil Instagram, Tim Media menampilkan foto Masjid Al Irsyad dalam gambar tiga dimensi, sehingga terlihat menarik (Gambar 1). Tim Media juga mencantumkan alamat, nomor telepon, email, dan titik koordinat untuk memudahkan para *followers* untuk berinteraksi dengan Masjid Al Irsyad. Selain itu, akun Youtube Masjid Al Irsyad juga dicantumkan dalam profil agar para *followers* dapat menikmati video kajian dalam durasi yang lebih panjang. Akun Instagram Masjid Al Irsyad juga mengikuti beberapa akun Instagram yang dimiliki oleh tokoh-tokoh dakwah, seperti Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Budi Azhari, Ustadz Omar Mita, dan sebagainya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk *mereupload* konten video yang menarik akun Instagram para tokoh dakwah tersebut.

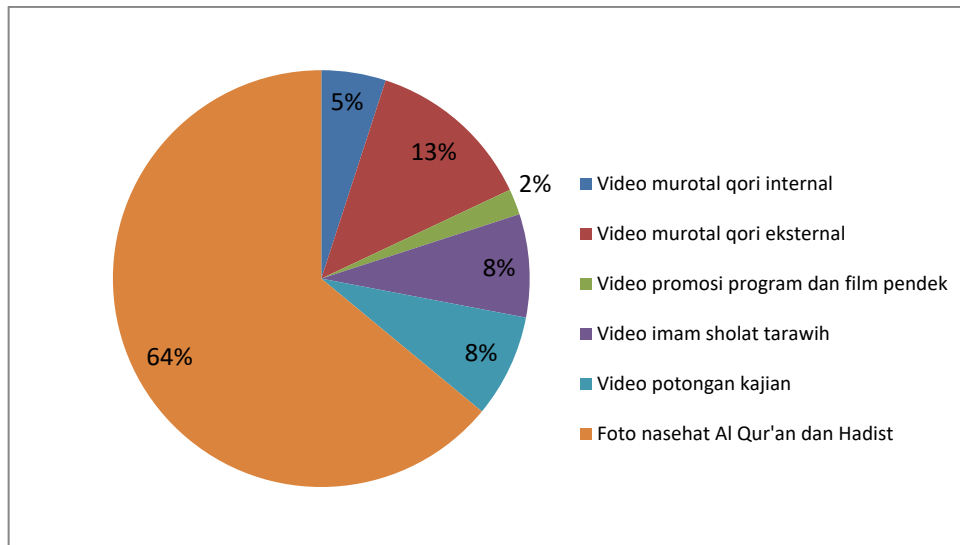


**Gambar 1.** Tampilan profil akun Instagram Masjid Al Irsyad Surabaya

Berdasarkan hasil observasi pada akun Instagram Masjid Al Irsyad, terdapat ratusan video dan foto yang telah diposting. Postingan video tersebut terdiri atas 27 (5%) video murotal dari imam sholat masjid internal, 71 (13%) video murotal qori' eksternal, 9 (2%) video promosi program Masjid Al Irsyad maupun film pendek, 49 (8%) video imam pada saat sholat tarawih di Masjid Al Irsyad, dan 46 (8%) video potongan kajian ustadz. Sementara postingan foto yang berisikan nasehat berupa Hadist ataupun ayat Al Quran berjumlah 366 (64%) foto (Gambar 2). Tingginya jumlah postingan tersebut menunjukkan eksistensi Masjid Al Irsyad yang aktif dan masif terhadap akun Instagramnya. Eksistensi tersebut berdampak pada meningkatnya jumlah *followers* Instagram, yaitu dari 200 menjadi 5749 *followers*. Selain itu, jumlah *likes* dan komentar pada setiap postingan juga meningkat sejak Masjid Al Irsyad sudah menyeriusi media ini. Saat ini rata-rata *likes* dari setiap postingan Masjid Al Irsyad sudah di atas 100 *likes*, sedangkan rata-rata jumlah *viewer* dari 20 kiriman terakhir

<sup>27</sup> Wawancara dengan Husin Basymeleh, Asisten Ketua Tim Media Masjid Al Irsyad Surabaya

mencapai angka 991 *viewers*. Hal ini juga menunjukkan bahwa media ini banyak digemari oleh pengguna Instagram.



**Gambar 2.** Persentase konten Instagram Masjid Al Irsyad Surabaya

Penggunaan vidgram ini juga memiliki efek positif pada perkembangan jamaah dari kegiatan yang diadakan oleh Masjid Al Irsyad.<sup>28,29</sup> Di samping itu, dakwah melalui Instagram juga dirasakan sangat efektif dan efisien oleh pengurus Masjid Al Irsyad. Dengan Instagram informasi yang ingin disampaikan menjadi tersebar lebih luas karena *followers* Instagram berasal dari berbagai daerah.<sup>30</sup> Konten vidgram juga memiliki daya tarik tersendiri bagi para *followers*. Namun konten video yang diposting juga perlu memperhatikan tema yang menarik dan dapat diterima oleh semua kalangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, konten vidgram Masjid Al Irsyad masih kurang menarik perhatian para generasi milenial. Hal ini dikarenakan konten vidgram yang diposting mayoritas adalah murotal, sedangkan para generasi muda lebih mengharapkan vidgram tentang kajian atau ceramah.<sup>31</sup> Oleh karena itu, Tim Media perlu mengoptimalkan konten kajian atau ceramah para tokoh agama yang sering mengisi di Masjid Al Irsyad, sehingga *followers* semakin beragam.

Penggunaan fitur vidgram sebagai media dakwah memiliki kelebihan yaitu dengan fitur ini Masjid Al Irsyad jadi lebih mudah untuk *mengupdate* materi dakwah maupun informasi mengenai kegiatan yang dilakukan di Masjid Al Irsyad. Masjid Al Irsyad dalam *mengupload* foto dan video, Masjid Al Irsyad memiliki jadwal yaitu, setiap harinya Masjid Al Irsyad *mengupload* dua foto dan satu video pada setiap harinya. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Yunus Syarifudin dalam bukunya *Jurnalistik Terapan*, Yunus Syarifudin mengatakan bahwa Keunggulan media *online* adalah informasi/berita bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis.<sup>32</sup>

<sup>28</sup> Wawancara dengan Husin Basymeleh, Asisten Ketua Tim Media Masjid Al Irsyad Surabaya

<sup>29</sup> Wawancara dengan Umar Djamal Al Amudy umur 27 tahun, Imam Masjid Al Irsyad Surabaya

<sup>30</sup> Wawancara dengan Husin Basymeleh, Asisten Ketua Tim Media Masjid Al Irsyad Surabaya

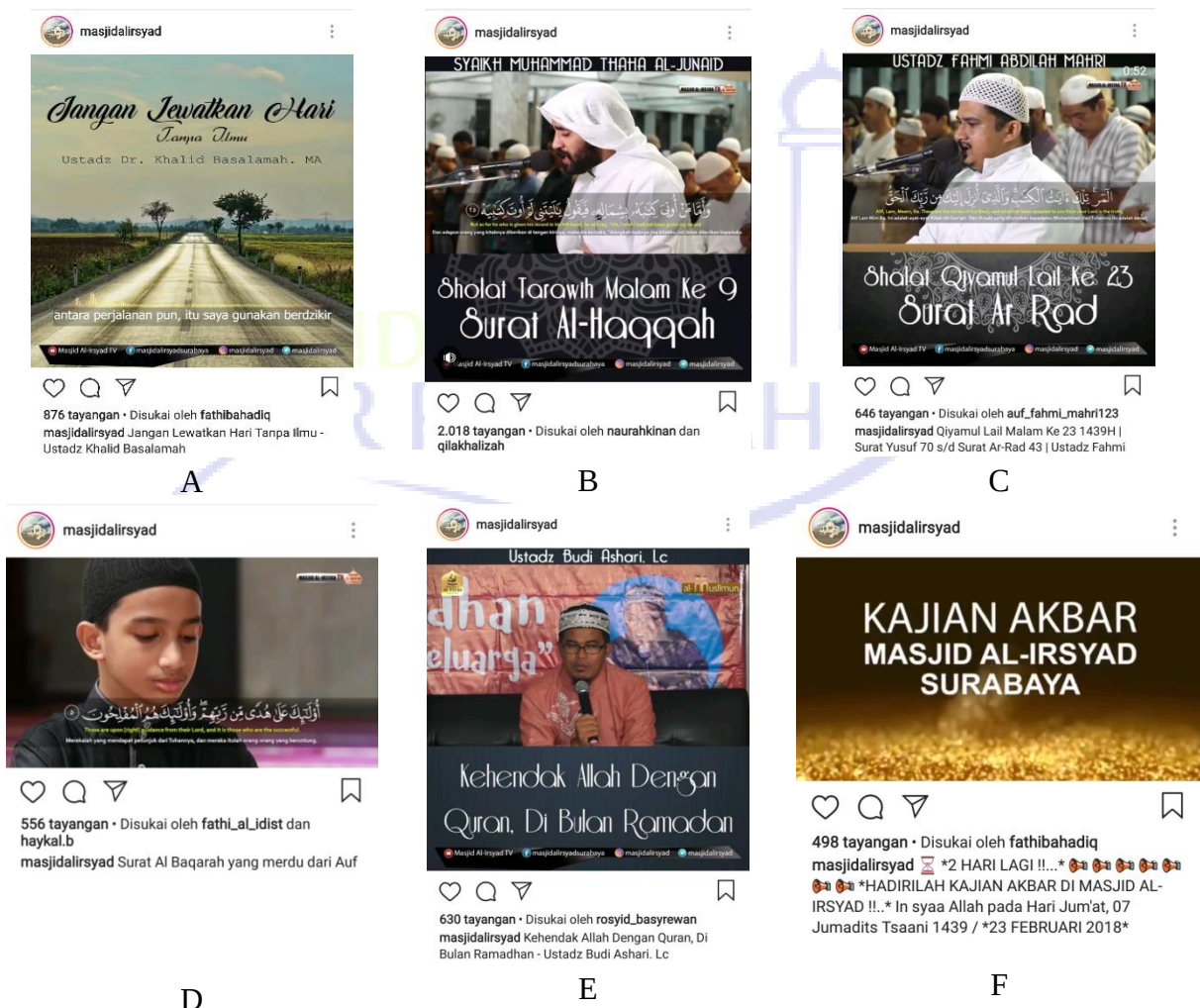
<sup>31</sup> Wawancara dengan Putra Kanjangsari umur 23 tahun, *followers* Instagram Masjid Al Irsyad Surabaya

<sup>32</sup> Yunus Syarifudin, *Jurnalistik Terapan*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 32.



Selain memiliki kelebihan, penggunaan fitur vidgram sebagai media dakwah juga memiliki kekurangan yaitu penggunaan fitur vidgram ini membutuhkan jaringan internet dan juga kuota yang lumayan banyak, dan juga orang yang tidak memiliki smartphone atau tidak memiliki akun Instagram juga tidak bisa menerima materi materi dakwah yang dikirim oleh Masjid Al Irsyad di akun Instagramnya. sedangkan di Indonesia ini masi ada daerah daerah yang belum tersentuh oleh internet, hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Jhon Vivan dalam bukunya yang berjudul teori komunikasi massa, bahwa banyak belahan dunia yang masih kesulitan untuk mendapatkan akses internet, termasuk Indonesia yang memiliki beberapa daerah yang belum mendapatkan akses internet dengan baik.<sup>33</sup>

Fitur ini juga mempunya kekurangan dari sisi durasinya yang singkat, karena durasi yang singkat ini membuat oara pengguna fitur ini hanya mengerti apa yang disampaikan dalam video singkat itu, jadi ilmu yang didapat oleh pengguna tidak luas



<sup>33</sup> Jhon vivan, *Teori Komunikasi Massa*. (Edisi Kedelapan. Jakarta, Kencana Prenada Media Group 2008) , 286.



**Gambar 3.** Beberapa konten Instagram Masjid Al Irsyad Surabaya, A. Foto tentang nasehat kehidupan, B. Video imam dari luar negeri, C. Video imam dari dalam negeri, D. Video murotal, E. Video kajian da'i nasional, F. Video promosi kajian akbar

## **SIMPULAN**

Berdasarkan uraian diatas simpulan dalam kajian pada artikel jurnal ini sebagai berikut:

### **1. Penggunaan Fitur Vidgam Sebagai Media Dakwah**

Masjid Al Irsyad memaksimalkan penggunaan fitur vidgram yang ditawarkan oleh Instagram dengan memproduksi dan mengunggah video dengan berbagai macam konten islami. Video ini berupa video murotal dan kajian dari ustad ustad yang diundang oleh Masjid Al Irsyad. Alasan Masjid Al Irsyad menggunakan media ini sebagai salah satu media dakwahnya adalah banyaknya pengguna yang menggunakan media ini sebagai salah satu media sebagai mencari informasi informasi seputar agama dan fitur ini menawarkan kemudahan dalam penggunaanya, fitur ini juga mempunyai kelebihan yaitu fitur ini mempunyai jangkauan yang luas dan dapat menyebarkan informasi informasi yang dikirim oleh Masjid Al Irsyad dengan cepat dan efektif. Dan yang melihat bisa seluruh dunia.

Adapun sumber Materi Dakwah yang dikirim oleh Masjid Al Irsyad di akun Instagramnya berasal dari berbagai sumber, seperti dari kajian ustad ustad yang diundang oleh Masjid Al Irsyad, video dari Imam Imam yang dimiliki oleh Masjid Al Irsyad dan murotal dari jamaah Masjid Al Irsyad yang mempunyai potensi

### **2. Kelebihan dan Kekurangan Berdakwah Melalui Fitur Vidgram**

Fitur vidgram ini memiliki kelebihan dan kekurangan yang terdapat di dalamnya, kelebihan yang dimiliki oleh fitur ini adalah fitur ini dapat menyebarkan informasi informasi yang dikirim oleh Masjid Al Irsyad dengan cepat dan efektif. Media ini juga mempunyai jangkauan yang luas sehingga media ini bisa sangat membantu Masjid Al Irsyad dalam melakukan dakwahnya. Dan fitur ini memiliki durasi yang singkat yang membuat penggunaanya tidak bosan. Dibalik kelebihan yang dimiliki oleh fitur ini, fitur ini juga memiliki kekurangan, kekurangan dari fitur ini adalah video video dakwah maupun informasi yang dikirim oleh Masjid Al Irsyad tidak bisa menjangkau tempat tempat atau daerah daerah yang minim akses internet dan penikmat vidgram ini pun juga harus mengeluarkan kuota yang lumayan banyak untuk bisa melihat video ini. Dan fitur ini memiliki durasi yang terlalu singkat sehingga membuat pengguna tidak bisa mendapatkan ilmu yang banyak dari fitur ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim Said, Hammam. *Qawa'idud Da'wah Ilallah-* terj-. Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2016.
- Abdul Aziz, Jumáh Amin. *Fiqih Dakwah, Studi atas Berbagai Prinsip dan Kaidah yang Harus Dijadikan Acuan dalam Dakwah Islamiyah* -terj. Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2010.
- Basit, A. 2013. Dakwah Cerdas Di Era Modern Jurnal Komunikasi Islam. ISBN 2088-6314. Volume 03, Nomor 01.
- Hidayatul Ummah , Athik. 2020. Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara): Journal Tasāmuḥ, 18 (1), 54-78.
- Ismail, A.Ilyas. *Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Prenadamedia, 2018.
- Ishanan. 2017. Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan: *Komunike*, IX (2), 91-104.
- Munir, M dkk. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia, 2015.
- Muliono, Welhendri Azwar. *Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia, 2020.
- Mannan, Audah dan Akhmad Fachri. 2018. Penggunaan Fitur Vidgram Pada Akun @YUFID.TV di Instagram Sebagai Tren Media Dakwah: Jurnal Tabligh, 19 (2): 218-237.
- Nurrahmi, Febri dan Puteri Farabuana. 2020. Efektivitas Dakwah Melalui Instagram: *Nyimak: Journal of Communication*, 4 (1), 1-16.
- Rakhnamawati, Istina. 2016. Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah: ATabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 4 (1), 49-69.
- Saleh, I. Fahmi, A., Bramayudha, A. 2020. Model pengelolaan pemanfaatan ruang di kompleks Yayasan Perguruan Al-Irsyad. *Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah* 3(1): 1-13.
- Wahid, Abdul. *Gagasan Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia, 2019.
- Yusuf, O. 2018. Naik 100 Juta, Berapa Jumlah Pengguna Instagram Sekarang? <https://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang>. Diakses 13 Oktober 2018.
- Syarifuddin, Yunus. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

