

JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting

ISSN: 2807-7288

E-ISSN: 2897-6206

DOI

<https://jisab.iaiq.ac.id/index.php/kpi/index>

Strategi Dakwah di Era Digital Akun @ngajilagi.id dalam Meningkatkan Minat Belajar Agama pada *Followers*

Wardatul Jannah¹, Bunga Surawijaya Ningsih²

Universitas Islam KH Achamd Muzakki Syah Jember

wardajannah95@gmail.com¹, bungasurawijaya@gmail.com²

Abstract

Da'wah Strategies in the Digital Era through the @ngajilagi.id Account in Increasing Followers' Interest in Learning Religion. The development of media in the digital era has opened new opportunities for spreading Islamic teachings more widely and effectively. Instagram, as one of the most popular social media platforms, can be utilized as a powerful medium for da'wah, especially among the younger generation. This study aims to analyze da'wah strategies in the digital era through the @ngajilagi.id account in increasing followers' interest in learning religion. The research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation of the digital da'wah activities of the @ngajilagi.id account.

The results indicate that @ngajilagi.id successfully utilizes various digital features on Instagram, such as photo posts, short videos, Instagram Stories, and IGTV, to deliver interactive and easily accessible da'wah content. The educational content includes tutorials on reading the Qur'an, prayer guides, daily supplications, and Islamic motivation, all presented in a creative and easy-to-understand format. These da'wah strategies effectively increase followers' interest and motivation to learn religion, positively impacting their understanding of Islam. Through its innovative approach, this account plays a significant role in encouraging young people to deepen their religious knowledge via digital media.

Keywords: *Digital Da'wah, Instagram @ngajilagi.id, Interest in Learning Religion.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran agama. Salah satu sarana yang banyak digunakan sebagai media dakwah modern adalah platform digital, seperti Instagram, yang menawarkan berbagai fitur untuk menyampaikan pesak dakwah. Instagram, dengan visual yang menarik dan interaktif, memberikan peluang bagi para dai dan lembaga dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif di dunia digital. Dengan fitur yang menarik seperti gambar, video, cerita (*stories*) dan *reel* membuat konten dakwah tidak hanya informative tetapi juga menghibur. Instagram memberikan peluang besar bagi para da'i dalam menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih segar dan relevan (Andi S, et al. 2024).

Sejalan dengan transformasi digital, dakwah tidak lagi terbatas pada khutbah di masjid atau majelis ilmu. Platform seperti Instagram mampu menjembatani antara pesan agama dan kebutuhan pengguna media sosial yang ingin mempelajari agama dengan cara yang lebih mudah, cepat, dan fleksibel (Irgi A, et al. 2024). Melalui fitur-fitur seperti unggahan foto, video pendek hingga *live streaming* Instagram, menjadi salah satu alat yang efektif untuk menarik perhatian pengguna dan meningkatkan minat mereka dalam belajar agama (Andi S, et al.2024).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat populer di Indonesia, terutama dikalangan anak muda, tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan pesan nilai-nilai agama secara efektif. Kelebihan instagram dalam menghadirkan konten visual yang menarik serta interaktif dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang relevan dan mudah dipahami. Instagram berperan penting dalam membangun motivasi bagi penggunanya untuk belajar agama. Melalui konten-konten yang informatif dan inspiratif, pengguna dapat termotivasi untuk memahami ajaran agama dengan cara yang lebih mendalam dan menyenangkan.

Akun @ngajilagi.id merupakan salah satu contoh sukses dari pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah. dengan pendekatan visual yang modern dan konten-konten religious yang mudah dipahami, akun ini berhasil membangun minat dan keterlibatan pengikutnya dalam mempelajari ajaran agama islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah di era digital yang diterapkan oleh akun @ngajilagi.id, serta melihat dampaknya terhadap peningkatan minat belajar agama di kalangan pengikutnya.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Pendekatan penelitian menggunakan studi kasus (Miles, 1994). Melalui studi kasus ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi dakwah digital dapat dioptimalisasi melalui media sosial, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam menjalankan dakwah di era digital. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai dakwah digital, khususnya dalam konteks pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah yang efektif di Indonesia.

Kajian Teori

1. Strategi Dakwah di Era Digital

Dakwah secara bahasa berasal dari kata dasar (masdar) kata kerja *da'a-yad'u-da'watan*. *Da'a-yad'u* berarti memanggil, menyeru, atau mengajak. *Da'watan* atau *da'wah* artinya panggilan, seruan, atau ajakan. Secara istilah, dakwah merupakan kegiatan mengajak orang lain untuk beriman dan taat kepada Allah SWT, serta mengamalkan ajaran Islam secara keseluruhan, meliputi aqidah (kepercayaan), syariah (hukum), dan akhlak (moral) (Risalah Islam, 2022). Dakwah merupakan proses yang membuat masyarakat sadar dan ingin mengubah pola pikir serta tindakan mereka. Dakwah tidak hanya tentang menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga merupakan penerimaan sekaligus penyampaian pesan.

Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membuka peluang baru bagi penyebaran dakwah yang lebih luas dan efektif. Dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar atau majelis, tetapi kini dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui perangkat digital, seperti Facebook, Twitter, Youtube dan Instagram (Ibnu, Syahrol. An-Nasyr. 2024). Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat interaksi sosial tetapi kini digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Berbagai konten dakwah, mulai dari tulisan, gambar, video, hingga siaran langsung dapat diakses dengan mudah oleh pengguna media sosial di seluruh dunia. Adanya internet memudahkan manusia untuk mengakses informasi yang ada, terutama di media sosial.

Dakwah di era digital memberikan peluang besar bagi para da'i untuk menyampaikan pesan agama melalui media sosial secara kreatif dan menarik. Pelaksanaan dakwah disesuaikan dengan kondisi masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, maupun media yang digunakan. Media sosial berperan penting sebagai sarana utama dalam menyampaikan

pesan dakwah di era ini (Al-Ihsan, 2023). Pemanfaatan fitur media sosial secara optimal dapat menjadikan dakwah lebih efektif di era digital. Masyarakat saat ini cenderung tertarik pada konten yang menarik atau FYP (*for your pages*) di media sosial.

Strategi dakwah dibuat dengan tujuan untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan sebelumnya. Penerepan strategi yang disusun dengan baik dapat menghasilkan sesuatu yang sukses (Chudori, 2024). Beberapa faktor penting yang mempengaruhi perumusan strategi meliputi lingkungan eksternal, ketersediaan sumber daya, kemampuan internal, serta tujuan yang ingin dicapai. Perkembangan media digital berperan sebagai kekuatan eksternal yang turut menentukan arah pengembangan strategi dakwah. era digital ditandai dengan munculnya internet sebagai platform baru yang mengubah pola interaksi dan komunikasi manusia. Istilah “media baru” merujuk pada berbagai teknologi komunikasi berbasis digital yang memiliki karakteristik seperti konektivitas luas, pertukaran pesan yang interaktif, aksesibilitas tanpa batas dan transparansi yang tinggi (McQuil, 2011).

Berdakwah melalui media sosial di era digital merupakan aktivitas yang menarik sekaligus penuh tantangan. Melalui platform tersebut, da’i di tuntut dapat merancang konten dakwah yang menarik yang tidak menyimpang dari ajaran islam. Dengan memanfaatkan media sosial yang digunakan sebagai media dakwah dapat menjangkau *mad’u* yang lebih luas, menyebarkan pesan dakwah secara efektif dan memberikan bimbingan serta pengetahuan yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Berikut beberapa persepsi secara umum keunggulan dakwah melalui media sosial di era digital:

a. Keunggulan dakwah digital

- Akses mudah : dakwah digital dapat diakses kapan saja dan dimana saja selama terhubung dengan internet. Hal ini memberikan kesempatan bagi umat islam di seluruh dunia untuk memperoleh konten keagamaan tanpa batasan wilayah.
- Ketersediaan materi : beragam materi dakwah tersedia secara online, mulai dari video ceramah, hingga e-book, sehingga memudahkan *mad’u* untuk belajar agama sesuai waktu luang mereka (Ibnu K. & Syahrol A.,2024)

b. Keragaman konten

- Beragam format : dakwah digital disajikan dalam berbagai format seperti video, podcast, artikel, dan infografis, yang menjadikan pembelajaran lebih menarik dan variatif.
- Topik yang beragam : platform digital memungkinkan dakwah membahas berbagai topik yang sesuai dengan kehidupan modern, seperti tata cara ibadah, etika bisnis, hubungan keluarga, hingga isu sosial (Ibnu K. & Syahrol A., 2024)

c. Interaktivitas

- Interkasi langsung: audiens (*mad'u*) dapat berinteraksi langsung dengan pendakwah melalui komentar, atau sesi live streaming, yang memungkinkan tanya jawab dan diskusi.
- Komunitas online : platform dakwah digital sering kali membentuk komunitas daring yang memungkinkan umat untuk berdiskusi dan saling memberikan dukungan (Ibnu K. & Syahrol A., 2024)

2. Instagram sebagai Media Dakwah

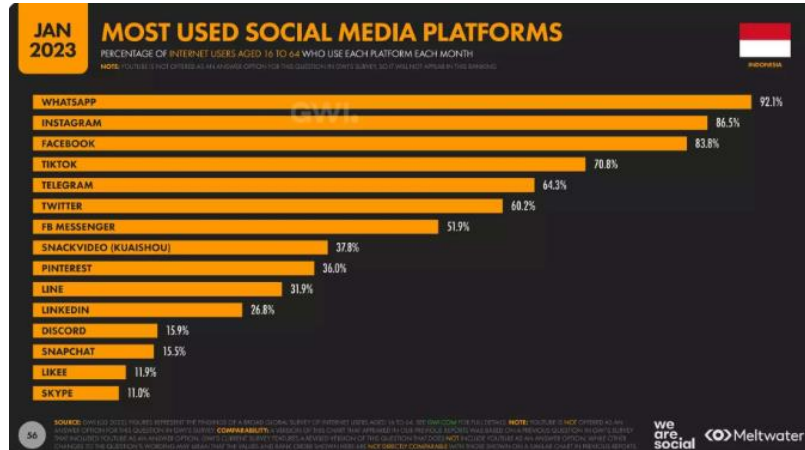
Instagram merupakan media sosial yang dikembangkan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom di bawah naungan perusahaan Burbn, Inc., yang mereka dirikan. Nama instagram berasal dari gabungan kata “istan” dan “telegram”, yang mencerminkan fungsinya sebagai media untuk berbagi foto secara cepat melalui jaringan internet (Hargita, 2019). Menurut Illiyun (2018), instagram memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto dan video kepada para pengikutnya. Pada awal kemunculannya, instagram digunakan masyarakat sebagai media berbagi momen pribadi kepada orang lain atau pengikut, untuk mengisi waktu luang, berkomunikasi dengan teman dan juga keluarga, serta sebagai media hiburan. Namun, seiring perkembangannya, istagram mulai dimanfaatkan sebagai platform untuk menyebarkan berbagai informasi, seperti bisnis, berita terkini, dan bahkan konten keagamaan atau dakwah.

Media berasal dari kata latin “*media*”, bentuk jamak dari “*medium*”, yang berarti perantara atau penghubung (Djamaah & Aswan Zain, 2016). Dalam bahasa Arab, media juga dipahami sebagai sarana untuk menyampaikan pesan. Dalam konteks pembelajaran, media berperan sebagai alat perantara dalam menyampaikan materi kepada *mad'u*. Media pembelajaran mencakup

berbagai perangkat fisik, baik hardware maupun software, yang merupakan bagian dari teknologi pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses belajar (Suryadi, 2020). Dengan demikian, secara garis besar, media dapat diartikan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi atau pesan.

Dalam dakwah, media dapat dimanfaatkan sebagai sarana/alat komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak. Instagram sebagai salah satu media dakwah berfungsi sebagai alat dakwah yang membantu penyebaran nilai-nilai islam secara lebih efektif dan efisien dengan kebutuhan dakwah di era digital saat ini. Instagram mampu menampilkan konten-konten yang menarik dari berbagai fitur yang ada pada instagram untuk menarik minat penonton.

Penggunaan instagram meningkat seiring berjalannya waktu. Berdasarkan data yang di we are sosial, data per April 2023 mencapai 106 juta pengguna instagram di Indonesia, yang menempatkan indoneisa di posisi keempat di dunia sebagai negara terbanyak pengguna instagram (Mutia, 2023). Mayoritas usia 18-24 tahun menjadi pengguna tertinggi yaitu 38,9%, dimana 55,4 juta persen perempuan, dan 44,6 juta persen laki-laki (Nurhayati, 2023).



Gambar 1 Data pengguna media sosial di Indonesia tahun 2023

Berdasarkan data yang telah disajikan diatas, dapat dilihat bahwa instagram memiliki jumlah pengguna sebanyak 86,5%. Hal ini membuktikan bahwa instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia setelah WhatsApp yang memiliki jumlah pengguna 92,1% yang menduduki peringkat pertama.

Tampilan instagram yang mudah dimengerti membuat media sosial ini sangat digemari oleh berbagai kalangan pengguna, mulai dari remaja hingga orang dewasa, termasuk para pelajar. Instagram dapat diakses melalui smartphone, computer, atau laptop, sehingga pengguna bisa membuka dan menggunakannya kapan saja dan dimana saja.

Instagram telah menyediakan berbagai fitur yang menarik dan dapat dimanfaatkan dalam proses dakwah. berikut beberapa fitur dari instagram:

a. *Feed*

Feed merupakan fitur yang ada sejak instagram dibuat. Fitur ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi kepada para pengikut melalui postingan berupa foto maupun video. Salah satu akun yang memanfaatkan ini adalah akun instagram @ngajilagi.id. akun ini membagikan berbagai informasi tentang tutorial belajar mengaji, tata cara beribadah dan doa harian dalam bentuk postingan berupa foto dan video.



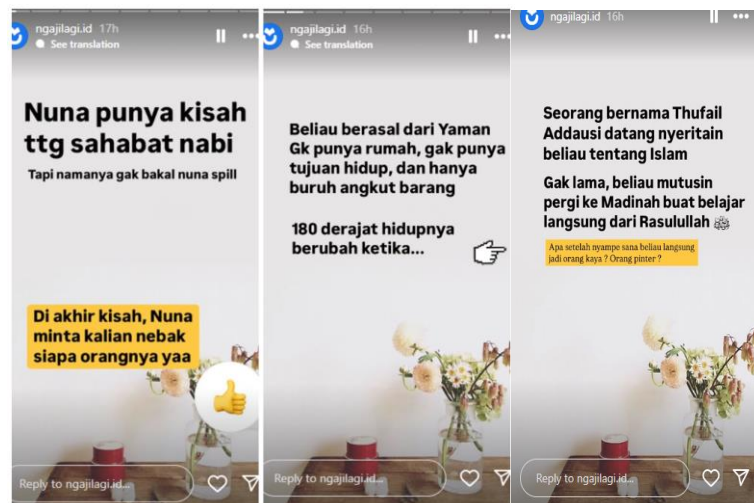
Gambar 2 Feed akun @ngajilagi.id

Fitur ini dapat dimanfaatkan oleh para da'i untuk mengunggah konten dakwah dalam bentuk fotoa maupun video yang dikemas semenarik mungkin agar dapat menarik minat penonton. setiap foto maupun video yang diunggah dapat diberi keterangan tentang materi yang disampaikan, sehingga para audiens dapat lebih memahami isi dari konten yang di unggah. Seperti yang dilakukan akun instagram @ngajilagi.id, akun ini mengunggah konten tentang tutorial belajar membaca Al-quran dari dasar serta ilmu tajwid, tatacara beribadah

dan doa-doa harian. Dalam setiap unggahan baik berupa foto maupun video akan diberikan keterangan tentang postingan yang diunggah.

b. *Instagram story*

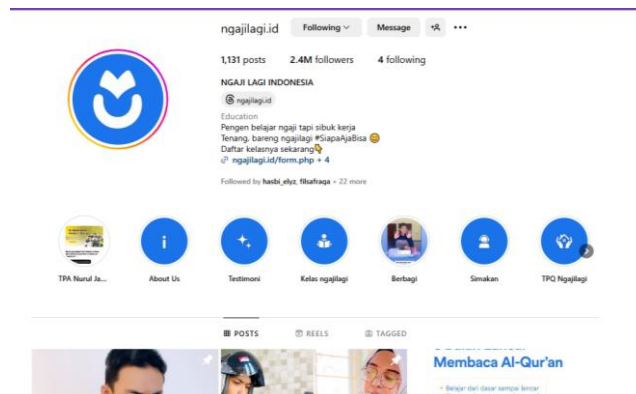
Fitur ini memudahkan pengguna untuk membagikan foto atau video dengan pengguna lain, hampir sama dengan fitur yang ada di instagram secara umum. Fitur ini cocok untuk postingan yang tidak memerlukan waktu lama. Dengan sifatnya yang sementara, foto atau video yang dibagikan akan terlihat selama 24 jam, dan setelah waktu tersebut berakhir, konten yang diunggah akan secara otomatis menghilang dari cerita instagram pengguna.



Gambar 3 Instagram story @ngajilagi.id

c. *Sorotan/ Highlight*

Fitur sorotan/ *highlight* merupakan fitur dari instagram yang memfasilitasi pengguna untuk dapat menyimpan dan mengarsipkan instagram story yang telah dibuatnya. Berbeda dengan instagram story yang hilang setelah 24 jam, dengan fitur sorotan, postingan tersebut tetap dapat dilihat kembali meskipun sudah melewati waktu 24 jam.



Gambar 4 Sorotan akun @ngajilagi.id

d. *Instagram live*

Fitur live memungkinkan penggunanya untuk dapat melakukan siaran langsung kepada para pengikutnya. Dalam sesi siaran langsung ini pengikut bisa berinteraksi langsung atau melakukan tanya jawab kepada pemilik akun.

e. *Instagram reels*

Instagram reels merupakan fitur yang berisi tentang konten berupa video-video dengan durasi yang tidak pendek. Reels merupakan fitur dari instagram yang penggunaannya mirip dengan aplikasi Tik Tok. Para da'i dapat memanfaatkan fitur ini dengan membuah video semenarik mungkin untuk menarik minat audiens.



Gambar 5 Reels akun @ngajilagi.id

Berbagai fitur yang telah disediakan oleh instagram jika digunakan dengan tepat akan sangat membantu dalam proses dakwah. berbagai konten diatas merupakan beberapa contoh pemanfaatan fitur instagram dalam menyampaikan pesan dakwah.

3. Upaya Meningkatkan Minat Belajar Agama dengan Media Instagram

Minat belajar agama islam memiliki peran penting dalam mempermudah tercapainya tujuan memperdalam pemahaman agama. Namun, di era modern saat ini, minat belajar agama islam cenderung mengalami penurunan. Upaya untuk meningkatkan minat tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal mencakup kesamaan minta, latar belakang, serta ketertarikan terhadap agama islam. sementara itu, faktor eksternal meliputi pengaruh lingkungan, pergaulan dan faktor lainnya (Lukmana, at al. 2023)

Menurut Sofyan (2004), terdapat beberapa upaya untuk meningkatkan minat belajar agar lebih produktif dan efektif, antara lain dengan memperbanyak ide atau gagasan, memberikan penghargaan (*reward*), meningkatkan kreativitas, mengembangkan imajinasi, serta melatih sikap positif.

Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu sarana dakwah yang efektif dalam meningkatkan minat belajar agama. Akun seperti @ngajilagi.id memanfaatkan berbagai fitur Instagram untuk menyajikan konten keagamaan yang menarik dan mudah diakses oleh *followers* dari berbagai kalangan, khususnya generasi milenial dan Gen Z. Upaya meningkatkan minat belajar agama dilakukan melalui beberapa pendekatan strategis:

1. Penyajian Konten Edukatif dan Interaktif

Akun @ngajilagi.id secara konsisten menyajikan konten yang bersifat edukatif, seperti tutorial membaca Al-Qur'an, tata cara ibadah, dan doa-doa harian serta motivasi islami. Penyajian konten dilakukan dengan format yang menarik, seperti video pendek di reels, infografis di feed, serta sesi Q&A di *Instagram Story*, yang memungkinkan followers berinteraksi secara langsung. Pendekatan ini membuat proses belajar agama terasa lebih ringan dan menyenangkan.

2. Penggunaan Bahasa yang Sederhana dan Visual yang Menarik

Salah satu upaya penting adalah penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens, tanpa meninggalkan nilai-nilai syariat Islam. Visual yang menarik, seperti desain infografis estetik, animasi sederhana, dan ilustrasi islami, turut meningkatkan daya tarik konten. Berdasarkan data analitik akun, unggahan dengan visual menarik memiliki tingkat *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan dengan unggahan tanpa elemen visual pendukung.

3. Pemanfaatan Fitur Interaktif Instagram

Fitur interaktif seperti polling, kuis, dan *live streaming* di Instagram memberikan ruang bagi followers untuk berpartisipasi secara aktif. Akun @ngajilagi.id sering mengadakan kuis tentang pengetahuan dasar agama yang mendorong followers untuk belajar dan menguji pemahaman mereka. Selain itu, sesi *live streaming* bersama ustaz atau narasumber ahli memungkinkan followers mendapatkan penjelasan langsung terkait topik agama yang mereka minati.

4. Konten Berbasis Kebutuhan Audiens

Upaya meningkatkan minat belajar agama juga dilakukan dengan menyesuaikan konten berdasarkan kebutuhan dan permintaan audiens. Akun @ngajilagi.id sering meminta *feedback* dari *followers* tentang topik yang mereka ingin pelajari. Respons audiens digunakan untuk merancang konten yang lebih relevan dan kontekstual, seperti panduan ibadah di bulan Ramadan atau tips menjaga hati dan pikiran tetap positif.

5. Memberikan Motivasi dan Inspirasi

Konten motivasi islami menjadi bagian penting dalam menarik minat belajar agama. Pesan-pesan inspiratif yang disampaikan dengan gaya komunikasi yang santai namun tetap religius mendorong *followers* untuk memperbaiki diri dan lebih semangat dalam memperdalam ilmu agama. Testimoni dari *followers* menunjukkan bahwa mereka merasa termotivasi dan lebih bersemangat dalam menjalankan ibadah setelah mengikuti akun ini.

Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah yang dilakukan akun @ngajilagi.id telah berhasil menjembatani kebutuhan dakwah di era digital, menjadikan proses belajar agama lebih mudah diakses, menarik, dan

interaktif. Media sosial tidak lagi sekadar sarana hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai ruang edukasi yang memperkuat pemahaman keagamaan bagi penggunanya.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @ngajilagi.id telah memanfaatkan berbagai fitur digital yang tersedia di platform instagram secara optimal untuk meningkatkan minat belajar agama pada *followers*-nya. Beberapa strategi yang dilakukan melibatkan penggunaan fitur *feed*, *story*, *reels*, serta *highlight* sebagai media penyampaian dakwah. Konten yang diunggah tidak hanya informatif, tetapi juga dikemas dengan cara menarik dan mudah dipahami berbagai kalangan, khususnya generasi muda.

1. Tutorial Membaca Al-Qur'an dan Ilmu Tajwid

Salah satu konten unggulan akun @ngajilagi.id adalah tutorial membaca Al-Qur'an dari dasar, dilengkapi dengan pembelajaran ilmu tajwid. Materi ini dikemas dalam bentuk video pendek di reels yang memudahkan *followers* untuk belajar secara bertahap. Penggunaan bahasa yang sederhana dan visual yang menarik membuat materi ini mudah dipahami, bahkan oleh pemula yang belum memiliki dasar membaca Al-Qur'an.

2. Tata Cara Beribadah

Akun ini juga menyediakan panduan praktis mengenai tata cara ibadah, seperti sholat, wudhu, serta amalan sunnah lainnya. Panduan tersebut disajikan dalam format visual yang jelas, seperti infografis atau video pendek. Fitur *highlight* digunakan untuk menyimpan materi ini agar *followers* dapat mengaksesnya kapan saja.

3. Doa-Doa Harian

Konten doa-doa harian menjadi bagian penting dari strategi dakwah @ngajilagi.id. Doa-doa tersebut disajikan dalam bentuk gambar yang estetik dan berupa video pendek dan mudah dibagikan, sehingga meningkatkan interaksi dan jangkauan konten. *Followers* dapat dengan mudah menyimpan atau membagikan doa-doa ini kepada orang lain, sehingga pesan dakwah dapat tersebar lebih luas.

4. Konten Kebajikan dan Motivasi Islami

Selain konten pendidikan, @ngajilagi.id juga rutin membagikan konten yang berisi motivasi islami, tips menjalani kehidupan yang lebih baik, serta ajakan untuk melakukan amal kebajikan. Konten semacam ini memberikan dorongan spiritual kepada *followers* dan mendorong mereka untuk lebih semangat dalam belajar agama dan berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari.

Efektivitas Strategi Dakwah Digital

Strategi yang diterapkan oleh akun @ngajilagi.id terbukti efektif dalam meningkatkan minat belajar agama pada *followers*. Hal ini dapat dilihat dari tingginya interaksi, komentar positif, serta testimoni dari para *followers* yang merasa terbantu dengan adanya konten edukatif tersebut. Fitur interaktif seperti polling dan Q&A (*Questions and Answers*) di *Instagram Story* juga memberikan ruang bagi *followers* untuk bertanya langsung seputar permasalahan agama, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang lebih personal.

Secara keseluruhan, pemanfaatan fitur-fitur digital instagram oleh @ngajilagi.id merupakan contoh nyata bagaimana media sosial dapat dijadikan sarana dakwah yang efektif. Strategi ini tidak hanya menyampaikan pesan agama secara informatif, tetapi juga membangun keterhubungan emosional dengan audiens, sehingga motivasi untuk belajar agama terus meningkat.

Studi Kasus dan Perbandingan dengan Akun Dakwah Lain

Untuk memperkuat analisis mengenai strategi dakwah digital, hasil penelitian pada akun @ngajilagi.id dapat dibandingkan dengan strategi yang diterapkan oleh akun-akun dakwah lain seperti @pemudahijrah, @yukngajiid, dan @shiftmedia.id.

1. Akun @pemudahijrah

Akun ini lebih berfokus pada motivasi hijrah dan penguatan spiritual melalui konten inspiratif. Strateginya menonjolkan pengalaman pribadi tokoh-tokoh yang telah berhijrah serta mengajak followers untuk terus memperbaiki diri. Penggunaan IG Live bersama ustaz populer seperti Ustaz Hanan Attaki sering kali menjadi daya tarik utama, dengan jumlah penonton live streaming mencapai 15.000 viewers per sesi.

2. Akun @yukngajiid

Akun ini menyajikan konten edukasi agama dengan gaya yang ringan dan santai. Salah satu unggulan @yukngajiid adalah konten tentang parenting islami dan tips membangun keluarga sakinah. Berbeda dengan @ngajilagi.id yang fokus pada tutorial membaca Al-Qur'an, @yukngajiid lebih menekankan aspek kehidupan islami sehari-hari. Interaksi pada akun ini cukup tinggi, dengan rata-rata 10.000 likes per postingan.

3. Akun @shiftmedia.id

Berbeda dari akun-akun sebelumnya, @shiftmedia.id mengusung konsep dakwah kreatif yang menysasar generasi muda melalui desain konten grafis yang modern dan pesan singkat yang *relatable*. Konten motivasi islami dan self-reminder menjadi unggulan akun ini. Data menunjukkan bahwa postingan dengan format *carousel* (album) atau *slide* memiliki engagement lebih tinggi, terutama pada topik yang menyentuh kehidupan sehari-hari seperti "cara mengontrol emosi" dan "menghindari ghibah".

Perbandingan Strategi

Tabel 1 Perbandingan akun @ngajilagi.id dengan akun dakwah lain

Aspek	@ngajilagi.id	@pemudahijrah	@yukngajiid	@shiftmedia.id
Fokus Konten	Tutorial membaca Al-Qur'an, ilmu tajwid, tata cara ibadah	Motivasi hijrah, spiritual growth	Parenting Islami, kehidupan sehari-hari	Self-reminder, motivasi islami singkat
Format Konten	Reels, IGTV, infografis	IG Live, video pendek	Feed, IG story	Karusel (album), quotes grafis
Interaksi Audiens	Tinggi pada tutorial dan Q&A	Tinggi pada sesi live	Tinggi pada konten parenting	Tinggi pada konten self-reminder
Ciri Khas	Edukatif dan praktis	Inspiratif dan emosional	Ringan dan komunikatif	Kreatif dan modern

Kesimpulan Perbandingan

Dari perbandingan di atas, dapat dilihat bahwa setiap akun memiliki pendekatan berbeda sesuai dengan kebutuhan audiens mereka. @ngajilagi.id menonjol dalam aspek edukatif dengan konten tutorial praktis, sedangkan akun

lain lebih kuat di sisi motivasi dan inspirasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana dakwah yang sangat fleksibel dan bisa disesuaikan dengan segmen audiens yang berbeda-beda.

Simpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa instagram dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah di era digital saat ini. Salah satu contoh akun yang menggunakan instagram sebagai media dakwaha ialah @ngajilagi.id, akun ini berhasil memanfaatkan berbagai fitur digital di instagram untuk meningkatkan minat belajar pada *followers*-nya, khususnya di kalangan generasi muda. Strategi dakwah yang dilakukan melibatkan konten edukatif seperti tutorial membaca Al-quran, tata cara ibadah, doa-doa harian, serta motivasi islam yang dikemas secara menarik dan mudah dipahami memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan motivasi belajar agama para *followers*.

Meskipun strategi dakwah digital yang diterapkan telah efektif, terdapat beberapa aspek yang dapat dikembangkan seperti keterbatasan interaksi personal dimana walaupun sudah ada fitur Q&A di instagram story untuk membuka ruang komunikasi, sifatnya hanya terbatas dan tidak mendalam, serta pengelolaan feedback seperti respon terhadap komentar dan pertanyaan dari followers masih belum optimal dalam membangun interaksi yang lebih kuat. Untuk pengembangan akun yang lebih optimal tidak hanya berupa konten di instagram tetapi perlu adanya webinar bersama ustan ternama dan kolaborasi dengan akun dakwah lain.

Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan menganalisis data interaksi seperti komentar, *direct message* (DM), dan tanggapan pada fitur *story* serta dampak jangka panjang kontek dakwah digital terhadap perubahan perilaku dan tingkat pemahaman agama *followers*.

Daftar Pustaka

- Andi Setiawan, Ahmad Hadiq Syifa Al Fawaz, Rizqi Maulana Ilmi. Instagram Sebagai Sarana Dakwah Kreatif untuk Merangkul Generasi Muda di Madrasah. Pasca Sarjana Manajemen Pendidikan Islam. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas KH. Mukhtar Syafaat Banyuwangi. Indonesia. Jurnal Indonesian Research Journal on Education, volume 4, nomor 3, tahun 2024, hal 403-411.
- Akbar, Sabila, Salminawati, Fibri Rakhmawati. Pengembangan Media Pembelajaran Pai Berbasis Reels Instagram untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa. Jurna Education (Jurnal Pendidikan Indonesia). Vol. 9, No.2, Tahun 2023.
- Cindy Mutia Annur. *Pengguna Instagram RI Tembus 100 Juta Orang per April 2023*,

- Terbanyak ke-14 di Dunia.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia> (diakses 28 November 2023)
- Djamarah, Syaiful Bahri, Aswan Zain. 2016. *Strategi Belajar Mengajar 1st edn*. Jakarta; Rineka Cipta.
- Habibyanto, Satria. Model Komunikasi Tutor dan Santri dalam Kegiatan Tahsin Tilawah Menggunakan Metode Iqra' di Kelas Online Lembaga Ngaji Lagi Indonesia.
- Hanandian, Nurhayati, Wolf. *Pangsa Pengguna Instagram Indonesia 2023 Berdasarkan Kelompok Usia*. <https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/> (diakses 28 November 2023)
- Irgi Ahmad Fahrezi, Muh Syahrul Ramadhan, Sitti Alfiyana Bahar, Tri Dhevi Afiani Nggego, Suryani Musi. *Pemanfaatan Platform Instagram sebagai Medai Dakwah di Era Globalisasi*. Jurnal Ilmu Sosial Triwikrama. Volume 4 No. 3 Tahun 2024. Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.
- Kasir, Ibnu & Syahrol Awali. *Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern*. Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta. Volume: 11, No. 1, Tahun 2024.
- Miles, M. B. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks.
- Lukmana, A.S., Budiyanti, N., Aulia, A.B., Pratama, F.Y., & Baria, N.I. (2023). *Penerimaan Dakwah Via Akun Instagram @infokajian_bdg dalam Meningkatkan Minat Belajar Agama Islam*. Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Vol. 10, No. 1 Januari-Juni 2023.
- McQuail, Denil. (2011). *“Teori Komunikasi Massa”*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ningsih, Bunga Surawijaya, & Muhammad Hidayatullah. *Implementasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama Generasi Z dalam Bersikap di Ruang Digital*. JISAB. Vol.3, No.2, Februari 2024.
- Nur Latifah. *Strategi Dakwah Islam di Era Digital*. Al- Ihsan. Vol. 4. No. 1 November 2023. hal. 104-116
<https://informatics.uii.ac.id/2023/04/11/strategi-dakwah-di-era-digital/>
- Risalah Islam, Pengertian Dakwah Digital. *Risalah Islam*
<https://www.risalahislam.com/2022/08/pengertian-dakwah-digital.html> (diakses, 27 November 2024)
- Suryadi, Ahmad. 2020. *Teknologi dan Media Pembelajaran Jilid I*. Jawa Barat: CV. Jejak.