

ABSTRAK

Muhammad Dandhi Ramadhan: Motif @percikaniman_media Dalam Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah

Akun @percikaniman_media merupakan akun media Dakwah yang dimiliki oleh Yayasan Percikan Iman, yang diasuh dan didirikan oleh KH. Aam Amirudin. Akun ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan konsistensi visual, gaya bahasa yang komunikatif, serta kedekatan dengan kebutuhan spiritual masyarakat *digital*. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara mendalam motif-motif di balik aktivitas dakwah *digital* akun tersebut, mencakup aspek motif informasional, edukasional, dan hiburan. Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah, sebagian besar masih menyoroti efektivitas pesan atau penerimaan audiens, bukan motif komunikatif dari pihak pengelola media dakwah itu sendiri. Celah inilah yang menjadi dasar penting bagi penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motif akun @percikaniman_media dalam menggunakan Instagram sebagai media dakwah Islam di era digital. Dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi gambar dan video, tetapi juga menjadi medium strategis untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan kepada masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menganalisis isi terhadap unggahan akun serta wawancara mendalam dengan pengelola akun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh @percikaniman_media didorong oleh tiga motif utama, yaitu: (1). Motif Informasional, yaitu keinginan untuk menyampaikan pesan dan pengetahuan keislaman yang aktual, ringan, dan mudah dipahami melalui kutipan ayat, hadis, serta refleksi keagamaan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. (2). Motif Edukasional, yakni upaya memberikan pembelajaran agama yang kontekstual melalui konten dakwah visual, infografis, dan video singkat yang mengajak audiens memahami nilai Islam secara mendalam namun tetap praktis. (3) Motif Hiburan (*Entertain*), di mana akun memanfaatkan unsur humor ringan, desain visual menarik, dan narasi inspiratif agar dakwah terasa lebih menyenangkan dan tidak menggurui, sehingga mampu menarik minat generasi muda. Ketiga motif tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital yang efektif tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan religius, tetapi juga pada pengemasan pesan yang komunikatif, interaktif, dan estetis. Penelitian ini menegaskan bahwa @percikaniman_media berhasil menjadikan Instagram sebagai ruang dakwah yang informatif, mendidik, sekaligus menghibur, sesuai karakteristik khalayak media sosial masa kini.

Kata Kunci: motif dakwah, media sosial, Instagram, komunikasi Islam, @percikaniman_media