

ABSTRAK

Alifa Athaya Maulani: Persepsi Mahasiswa Alumni Pondok Pesantren Al-Muhajirin Purwakarta terhadap Dakwah Digital pada Akun Instagram @nuonline_id

Perkembangan media sosial telah melahirkan ruang baru bagi komunikasi keagamaan dan mendorong munculnya dakwah digital sebagai salah satu alternatif penyampaian pesan islam. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan oleh organisasi islam dan pengelola media dakwah untuk menyebarkan konten keagamaan secara lebih luas, cepat, dan interaktif. Salah satu akun yang aktif mengembangkan dakwah digital adalah @nuonline_id yang dikelola oleh Nahdatul Ulama. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kesamaan nilai keagamaan antara Nahdatul Ulama dan Pondok Pesantren Al-Muhajirin Purwakarta yang sama-sama berlandaskan Ahlussunnah Wal Jamaah, sehingga relevan untuk mengkaji bagaimana persepsi mahasiswa alumni pondok pesantren Al-Muhajirin Purwakarta terhadap dakwah digital yang disampaikan melalui akun Instagram @nuonline_id.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa alumni Pondok Pesantren Al-Muhajirin Purwakarta terhadap dakwah digital pada akun Instagram @nuonline_id ditinjau dari aspek kognitif, afektif, dan konatif.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan, sehingga diperoleh delapan informan yang merupakan alumni Pondok Pesantren Al-Muhajirin Purwakarta yang aktif berkuliah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung sekaligus pengikut akun instagram @nuonline_id. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan mengacu pada tiga aspek persepsi menurut Bimo Walgito, yakni kognitif, afektif, dan konatif sebagai kerangka analisis utama.

Teori persepsi Bimo Walgito membagi persepsi kedalam tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek kognitif, mahasiswa mampu memahami isi pesan dakwah dengan baik karena konten disajikan secara ringkas, mudah dipahami, serta relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pada aspek afektif, mahasiswa menunjukkan respons emosional yang cenderung positif berupa perasaan nyaman, tenang, termotivasi, serta terdorong untuk melakukan refleksi diri setelah mengakses konten dakwah. Sementara pada aspek konatif, mahasiswa memperlihatkan kecenderungan untuk menerapkan nilai-nilai yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari, seperti memperbaiki sikap, membiasakan amalan tertentu, serta membagikan kembali konten dakwah kepada orang lain ketika dianggap relevan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital melalui akun Instagram @nuonline_id tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga mampu membangun keterlibatan emosional serta mendorong munculnya perilaku yang selaras dengan nilai-nilai keislaman.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Instagram, Mahasiswa Alumni Pesantren, Persepsi

ABSTRACT

Alifa Athaya Maulani: Students' Perceptions of Digital Da'wah on the Instagram Account @nuonline_id among Alumni of Al-Muhajirin Islamic Boarding School, Purwakarta

The development of social media has created a new space for religious communication and encouraged the emergence of digital da'wah as an alternative medium for conveying Islamic messages. Instagram has become one of the platforms widely utilized by Islamic organizations and da'wah media managers to disseminate religious content more broadly, quickly, and interactively. One of the accounts actively promoting digital da'wah is @nuonline_id, managed by Nahdlatul Ulama. This study is motivated by the similarity of religious values shared by Nahdlatul Ulama and Al-Muhajirin Islamic Boarding School Purwakarta, both of which are based on Ahlussunnah Wal Jamaah principles. Therefore, it is relevant to examine how alumni students of Al-Muhajirin Islamic Boarding School perceive the digital da'wah delivered through the Instagram account @nuonline_id.

This study aims to analyze the perceptions of alumni students of Al-Muhajirin Islamic Boarding School Purwakarta toward digital da'wah on the Instagram account @nuonline_id from cognitive, affective, and conative perspectives.

This study employs a constructivist paradigm, utilizing a qualitative approach and a descriptive method. Data collection was conducted through three techniques: observation, interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling based on predetermined criteria, resulting in a group of eight informants who are alumni of the Al-Muhajirin Islamic Boarding School in Purwakarta, currently studying at UIN Sunan Gunung Djati Bandung, and followers of the @nuonline_id Instagram account. Data analysis proceeded through three stages data reduction, data presentation, and conclusion drawing using Bimo Walgito's three aspects of perception (cognitive, affective, and conative) as the primary analytical framework.

Bimo Walgito's theory categorizes perception into three aspects: cognitive, affective, and conative. The research findings indicate that, regarding the cognitive aspect, students effectively comprehend the content of the dakwah (religious outreach) messages because the material is presented concisely, is easy to understand, and is relevant to their daily lives. In the affective aspect, students exhibit generally positive emotional responses such as feelings of comfort, calmness, and motivation, as well as an urge for self-reflection after accessing the content. Meanwhile, regarding the conative aspect, students show an inclination to apply the values they have acquired to their daily lives, such as improving their attitudes, adopting specific religious practices, and resharing the content with others when deemed relevant. These findings demonstrate that digital dakwah via the @nuonline_id Instagram account serves not only as a medium for conveying religious information but also fosters emotional engagement and encourages behaviors aligned with Islamic values.

Keywords: Digital Da'wah, Instagram, Alumni Students of Islamic Boarding Schools, Perception