

ABSTRAK

Ayu Kania. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung terhadap Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi kasus Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2015).

Instagram merupakan salah satu media yang saat ini sedang digandrungi oleh masyarakat untuk berbagai macam kepentingan. Salah satunya digunakan untuk kepentingan berdakwah, Instagram menjadi media alternatif yang saat ini sudah banyak juga dimanfaatkan sebagai media dakwah karena dianggap cukup efektif. Pesan dakwah yang disampaikan melalui instagram dapat terlihat lebih menarik dan ringan karena dipadupadankan dengan unsur kreatifitas di tiap postingannya sehingga pengguna akun instagram pun tidak mudah bosan.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab masalah mengenai bagaimana interpretasi tentang konten instagram yang dijadikan sebagai media dakwah dan apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2015.

Teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian disini ialah teori perbedaan individual atau *individual differences*. Yang mana teori ini mengemukakan bahwa karakteristik tiap individu berbeda-beda berdasarkan pengalaman yang dialami, interaksi yang dilakukan individu dalam menyimpulkan informasi, dan menafsirkan pesan yang akan memberikan makna pada stimulus.

Metode penelitian yang digunakan ialah metode studi deskriptif kuantitatif, yaitu data yang telah diperoleh dari sampel populasi dianalisis sesuai dengan metode statistika. Metode statistika ini digunakan untuk memperoleh data secara maksimal sesuai dengan teori yang telah digunakan.

Hasil penelitian terhadap 60 responden memperoleh total akumulasi dari proses interpretasi sebanyak 3,90 yang tergolong pada kategori positif, artinya mahasiswa mendapatkan stimulus pada pikiran dan perasaan sehingga mahasiswa mampu memberikan makna yang tepat saat menggunakan instagram sebagai media berdakwah. Sedangkan total akumulasi pada faktor yang mempengaruhi persepsinya ialah 3,61 yang tergolong pada kategori positif juga, artinya mahasiswa dibekali perasaan, kemampuan berpikir, stimulus, dan yang paling penting pengalaman sehingga memunculkan hasil yang masuk dalam kriteria positif. Secara keseluruhan, total akumulasi dari persepsi mahasiswa ialah 3,76 yang berada pada interval 3,41-4,20 dengan kategori positif. Berdasarkan hasil data diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 terhadap instagram sebagai media dakwah adalah baik.

Kata Kunci

(Dakwah, Instagram, Media Dakwah, Teori Individu)