

ABSTRAK

Sari, Wulan Novita. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Mahasiswa (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada akun Instagram Lembaga Dakwah Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Fenomena penggunaan media sosial kini semakin meningkat terlebih pada media sosial Instagram. Dalam penggunaannya media sosial instagram banyak diminati oleh berbagai lapisan masyarakat, namun dengan intensitas yang berbeda. Kehadiran media sosial instagram telah banyak dimanfaatkan masyarakat untuk menunjang kebutuhannya, mulai dari berbagi informasi, proses komunikasi dan bahkan salah satunya sebagai media/ sarana dalam aktivitas dakwah. Dengan memanfaatkan instagram, penyampaian dakwah dapat dikemas secara menarik dan kreatif. Hal ini mampu menunjang sebuah terobosan baru dalam mendukung penyebaran dakwah yang dianggap lebih efisien dan strategis dengan memanfaatkan sebuah media sosial.

Fokus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana tingkat efektivitas penggunaan media sosial instagram sebagai media dakwah mahasiswa, khususnya pada LDM UIN Sunan Gunung Djati Bandung serta peran LDM UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam menyajikan syiar dakwah melalui akun instagram.

Landasan teori yang dipergunakan yaitu Teori *Uses and Gratification*. Dimana teori ini menyatakan bahwa pengguna media memiliki kewenangan serta tingkat intensitas yang cukup tinggi dalam mempengaruhi keefektifan sebuah media. Semakin besar tingkat penggunaan media sosial, semakin besar pula pengaruh terhadap keefektifan media yang dipergunakan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menggambarkan hasil penelitian sesuai dengan data yang diperoleh. Adapun penentuan hipotesis penelitiannya menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* untuk mengetahui tingkat hubungan efektivitas antar variabel penelitian.

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap Instagram LDM UIN Bandung dengan jumlah 100 responden menyatakan bahwa mayoritas follower dalam menggunakan media sosialnya termasuk pada kategori sedang dengan persentase sebesar 61%, sedangkan tingkatan kategori pengukuran terhadap efektivitas media dakwah mahasiswa juga termasuk pada kategori sedang dengan nilai sebesar 69%. Serta hasil hipotesis memperoleh nilai signifikansi korelasi sebesar 0,384 atau 38,4% yaitu $> 5\%$. Artinya diketahui bahwa H1 diterima yakni terdapat hubungan antara media sosial instagram dengan media dakwah mahasiswa. Berdasarkan derajat korelasi *pearson product moment* hasil 0,384 termasuk dalam interval 0,20 - 0,40 yang berarti mempunyai hubungan yang agak lemah. Sehingga dinyatakan bahwa penggunaan media sosial instagram sebagai media dakwah mahasiswa dianggap efektif namun dengan kategori hubungan yang agak lemah. Adapun peran LDM dalam menyajikan syiar dakwah melalui instagram yaitu memaksimalkan pemanfaatan media dengan menyajikan konten informasi berupa dakwah visual ataupun audiovisual dengan tema berupa akidah, akhlak, dan sejarah.

Kata Kunci : Dakwah, Media Sosial, Instagram, Mahasiswa