

## ABSTRAK

**Oktavia Rahmawati** : *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Akun Instagram @Sholahayub)*

Seiring berkembangnya zaman, dunia komunikasi dan informasi mengalami kemajuan yang begitu pesat, kemajuan ini ditanmubalig dengan munculnya fenomena terbaru yang mempermudah manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain tanpa batas dan waktu, dan dengan gaya komunikasi yang berbeda-beda, mulai dari komunikasi dua arah, komunikasi satu arah, komunikasi massa, dan komunikasi interpersonal. Fenomena ini tentunya menjadi suatu hal yang bisa dimanfaatkan oleh para mubalig untuk lebih mengembangkan metode dakwahnya guna mempermudah dan melebarkan sayap dakwah itu sendiri. Karena semakin kreatif seseorang memanfaatkan fenomena ini, maka akan semakin besar pula kemungkinan seseorang mendapatkan apa yang ditujunya.

Salah satu dari teknologi yang kehadirannya memberikan perubahan yang signifikan di tengah masyarakat adalah media sosial. Disini, penggunaanya bisa mengakses apapun, kapanpun dan dimanapun berbasis internet. Mulai dari teks, suara, gambar dan bahkan video bisa ditemukan disini hanya dengan sekali klik asalkan terhubung dengan jaringan. Instagram adalah salah satu dari jutaan platform media sosial yang banyak digunakan oleh khalayak masyarakat. Pasalnya platform ini bisa menampilkan foto atau video secara langsung dan memiliki fitur-fitur yang menarik khalayak. Berdasarkan latar belakang diatas, maka timbulah suatu rumusan masalah : apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial intagram terhadap efektivitas dakwah?, dan seberapa besar pengaruh dari media sosial instagram terhadap efektivitas dakwah?.

Penelitian ini mengambil teori efektivitas dari Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss yang menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif ditanmubalig dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Disamping itu, dengan menggunakan metode Kuantitatif. Teknik pengambilan sample mengambil 50 responden dengan angket/kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh yang kuat dari media sosial terhadap efektivitas dakwah, dengan angka kontribusi mencapai 52,4%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya instagram membantu pada mubalig untuk mengoptimalkan dakwahnya dengan motode yang tidak biasa. Mubalig bisa dengan bebas mengekspresikan pesannya tanpa harus terpaku pada tempat, aturan, dan banyak atau sedikitnya audiens.

**Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Efektivitas, Dakwah.**