

**PEMBELAJARAN SOSIAL  
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM BUNGA BANGSA CIREBON  
DALAM MENGAKSES KONTEN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM PADA AKUN @shiftmedia.id**

**Rifqi Fauzi<sup>1✉</sup>, Saeful Malik<sup>2</sup>, Asep Ahmad Mausul<sup>3</sup>**

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon<sup>1,2,3</sup>

[rifqifauzi@bungabangsacirebon.ac.id](mailto:rifqifauzi@bungabangsacirebon.ac.id)<sup>1</sup>, [saefulmalik033@gmail.com](mailto:saefulmalik033@gmail.com)<sup>2</sup>,

[asepahmadmausul11@gmail.com](mailto:asepahmadmausul11@gmail.com)<sup>3</sup>

Received: 2023-12-04; Accepted: 2023-12-11; Published: 2023-12-30

*Abstract : The phenomenon of da'wah on Instagram raises questions about social learning (social learning) Instagram as a medium of da'wah and can be seen from the many findings of the hijrah movement campaign through Instagram. This is not a few young people who study religion through social media, one of which is through Instagram. However, the rise of #hijrah on Instagram is not enough to indicate the success of da'wah. So the phenomenon of migration on Instagram does not guarantee a change in a person. Therefore, da'wah can be said to be effective if it is able to educate, motivate or change the behavior of the target da'wah for the better (hijrah) religiously. This study aims to determine audience attention, audience retention, audience motor reproduction, and audience motivation in accessing da'wah content on social media Instagram on the account @shiftmedia.id. This research is a type of qualitative research with a case study approach. The informants in this study were students IAI Bunga Bangsa Cirebon who joined or became followers on the Instagram account @shiftmedia.id as many as 8 people. Data collection techniques in this study were carried out through observation, interviews, and documentation. Furthermore, checking the validity of research data using source triangulation techniques and method triangulation to test the validity of data related to the research problem studied by the researcher. The results of this study indicate that the delivery of da'wah through video content via Instagram on the account @shiftmedia.id can be said to be effective. This can be seen from the da'wah video on the Instagram account @shiftmedia.id that is able to provide religious understanding and shape the motivation and behavior of hijrah on informants. However, the motivation and behavior of hijrah are also influenced by the intensity and attention of the informants in accessing the da'wah videos on the account. A person with a higher level of attention, retention and motor reproduction will produce greater hijrah motivation and more progressive hijrah behavior through social learning.*

*Keywords: Social Learning, Da'wah Content, Instagram*

Copyright © 2023, Author.

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



DOI: <https://doi.org/10.47453/>

## Pendahuluan

Dakwah sebagai tugas suci yang diperintahkan Allah SWT kepada umat-Nya dilakukan melalui media yang beragam. Secara konvensional, dakwah seringkali dipahami sebagai kewajiban yang hanya diberikan kepada seseorang yang bergelar ustadz, kyai, ajengan, dan ulama. Mediana juga masih sebatas media mimbar tempat dakwah secara lisan disampaikan. Padahal, amanat dakwah diperintahkan Allah SWT kepada setiap muslim yang taat sesuai dengan posisi dan kapasitasnya. Aktifitas dakwah merupakan upaya transformatif dalam menyebarkan risalah Islam.

Menurut Khoiruddin (2012) mengatakan bahwa pada dasarnya Mahar Islam bertujuan untuk mewujudkan Islam (umat) yang lebih baik. Di era digital, kemunculan internet sebagai media baru menawarkan potensi keterbukaan dalam proses transformasi dakwah Islam. Internet dianggap sebagai media massa yang mampu menyampaikan pesan mahar dalam ruang yang luas dan tidak terbatas. Penggunaan Internet sebagai media baru menuntut kreativitas dan inovasi da'i dalam memanfaatkan ruang digital untuk kelanjutan dakwah Islam.

Dari maraknya media sosial Instagram, hal ini terlihat sebagai mahar dunia maya yang menunjukkan bahwa media sosial digunakan untuk kegiatan Amar Ma'ruf Nahi Munkar. Media sosial adalah wujud media baru (new media) yang berbasis teknologi komunikasi dan didukung oleh informasi dan komunikasi (information and communication technology). Media sosial adalah bentuk komunikasi baru di Internet yang didukung oleh berbagai aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan interaksi pengguna. Media sosial memiliki beberapa keunggulan. Secara khusus, ia memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara interaktif dan memberi pengguna akses mudah ke berbagai jenis informasi. (Suryani, 2014).

Mengutip data laporan data, Indonesia memiliki 202,6 juta pengguna internet per Januari 2021. Jumlah itu meningkat 27 juta atau 16 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Di sisi lain, tingkat penetrasi Internet telah mencapai 73,7% per Januari tahun lalu. YouTube tetap menjadi media sosial paling populer di negara itu, menurut survei yang dilakukan oleh GWI pada kuartal ketiga tahun 2020.

Angka pengguna YouTube mencapai 94% dengan rentang usia berada di kisaran 16 hingga 64 tahun. Pada peringkat kedua bertengger WhatsApp yang diikuti Instagram pada posisi ketiga. Instagram naik ke peringkat ketiga dengan menggesur Facebook ke posisi keempat.

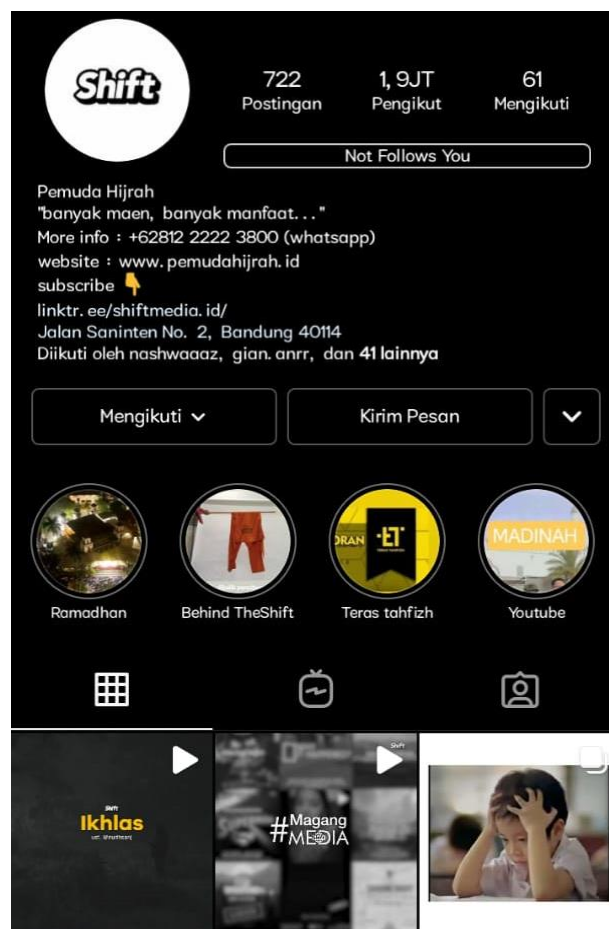
Instagram adalah salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Instagram menempati urutan keempat dengan jumlah pengguna paling aktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp. Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto atau video singkat dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, tak terkecuali para pendakwah (Zakariya dkk, 2013).

Para pendakwah umumnya berdakwah melalui video dengan memanfaatkan Instagram. Mereka mengemas konsep dakwah yang kreatif melalui video di Instagram untuk mengedukasi, memotivasi atau mengubah perilaku target dakwah (pengguna

Instagram) agar menjadi lebih religius. Salah satu akun dakwah di Instagram adalah @shiftmedia.id.

Akun Instagram @shiftmedia.id didirikan oleh Ustadz Hanan Attaki pada Mei 2015. Saat ini akun tersebut telah berubah dari @pecepatijrah menjadi @shifmedia.id. Dengan slogan "Banyak Permainan, Banyak Manfaat", akun Instagram banyak menyiarkan kegiatan pemuda dan kajian Islam tentang pengembangan diri. Video Dower yang diunggah ke akun Anda menggunakan bahasa yang sesuai untuk remaja, sehingga Anda akan dengan senang hati menerima dan memahami pesan Dower melalui video tersebut.

**Gambar 1. Akun Instagram @shiftmedia.id**



(Sumber : Akun Instagram @shiftmedia.id, diakses pada tgl. 20 Januari 2022)

Akun Instagram Shift Media tergolong unik apabila dibandingkan dengan akun dakwah lainnya, karena akun ini memberikan unggahan secara rutin 1-6 unggahan setiap minggunya. Selain itu, video yang diunggah dikemas dengan backsound menarik sehingga penyampaian pesan dakwah tidak terkesan monoton. Akun Instagram @shiftmedia.id banyak diminati oleh pengguna Instagram. Berdasarkan pengamatan peneliti pada 20 Januari 2022, jumlah views pada lima unggahan video

terakhir rata-rata berjumlah 279.256 views. Popularitas akun ini juga terlihat dari jumlah follower sebanyak 1.9 juta orang. Akun @shiftmedia.id ini memiliki jumlah follower yang lebih tinggi dibandingkan akun dakwah lain yang memuat video kajian keislaman bertema hijrah.

Fenomena dakwah di Instagram memunculkan pertanyaan tentang social learning (pembelajaran sosial) Instagram sebagai media dakwah. Dilansir dari detikInet, terdapat sejumlah komunitas hijrah di berbagai wilayah Indonesia yang memanfaatkan media sosial Instagram (Haryanto, 2017).

Hal ini dilihat dari banyak ditemukannya kampanye gerakan hijrah di Instagram. Berdasarkan pengamatan peneliti pada tanggal 20 Maret 2020, ditemukan 11.6 M kiriman tentang topik hijrah dengan tagar #hijrah. Hal ini menandakan bahwa tidak sedikit anak muda yang mempelajari agama melalui media sosial, salah satunya melalui Instagram. Akan tetapi, maraknya #hijrah di Instagram belum cukup untuk mengindikasikan berhasilnya dakwah. Fenomena hijrah di Instagram tidak menjamin adanya perubahan pada diri seseorang. Karena itu, dakwah dapat dikatakan efektif jika mampu mengedukasi, memotivasi atau mengubah perilaku target dakwah menjadi lebih baik (hijrah) secara agama.

### **Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong (2008), penelitian kualitatif adalah upaya untuk mempresentasikan dunia sosial dan pandangannya tentang dunia dalam bentuk konsep, perilaku, persepsi, dan masalah manusia. Maka penelitian ini dianggap relevan karena hanya mendeskripsikan dan menganalisis tentang *social learning* mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon dalam mengakses konten dakwah di media sosial Instagram pada akun @shiftmedia.id. Selain itu, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy.J. Moleong (2008), pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang atensi, retensi, reproduksi *audience* dalam mengakses konten dakwah di media sosial Instagram pada Akun @shiftmedia.id.

Sumber data utama penelitian ini bersumber dari narasumber, diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan tanya jawab langsung atau tatap muka dengan informan. Sumber utama penelitian ini adalah mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon yang tergabung atau menjadi *followers* pada akun Instagram @shiftmedia.id. Sedangkan sumber data sekunder penelitian ini adalah data yang diperoleh secara tidak langsung seperti dokumen dan catatan yang dibuat oleh peneliti seperti dokumen, buku dan internet yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan. Dalam penelitian kualitatif, istilah populasi tidak digunakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive*

*sampling*. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini sebagai Informan adalah mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon yang tergabung atau menjadi *follower* pada akun Instagram @shiftmedia.id sebanyak 8 orang mahasiswa dari berbagai program studi di lingkungan IAI Bunga Bangsa Cirebon.

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber (data) dan triangulasi metode untuk menguji keabsahan data yang berhubungan dengan masalah penelitian yang diteliti oleh peneliti dengan melakukan pengecekan data yang didapat melalui beberapa sumber baik itu dari buku-buku, hasil observasi, maupun wawancara serta dokumentasi terkait *social learning* mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon dalam mengakses konten dakwah di media sosial Instagram pada akun @shiftmedia.id. Sehingga terdapatlah kesesuaian antara data yang diperoleh dengan metode yang digunakan dan kesesuaian teori yang dijadikan landasan dalam penelitian tersebut.

## **Pembahasan**

Merujuk pada teori pembelajaran sosial oleh Albert Bandura (1997), proses pembelajaran meliputi empat tahap yang terdiri dari atensi (perhatian), retensi (mengingat), dan reproduksi motoric (gerak) dan motivasi. Dalam hal ini, informan melakukan observational learning terhadap video di akun Instagram @shiftmedia.

### **Atensi (Perhatian)**

Pada tahap awal, informan melakukan pengamatan pada video akun Instagram @shiftmedia.id. Hal tersebut bermula dari perhatian yang diberikan informan kepada materi dakwah dalam video-video tersebut. Informan dengan fokus menonton video dan memperhatikan isi materi yang terkandung dalam video akun Instagram @shiftmedia.id untuk dapat dipelajari tanpa disertai dengan kegiatan yang lain.

“Saya menonton dan mendengarkan materi dakwah di akun @shiftmedia.id sambil mengerjakan pekerjaan lain, dan hanya fokus sama isi ceramahnya saja.” (Hasil Wawancara bersama Dewi Inayah, pada tanggal 15 Januari 2022).

“Tentu ada pembeda, yang saya lihat dan saya rasakan selama saya menonton video dakwah pada akun @shiftmedia.id tersebut adalah dari segi cara penyampaiannya yang sangat sederhana sehingga mudah dipahami oleh semua kalangan baik para pemuda ataupun para orang tua dan juga pesan yang disampaikan tersebut ditujukan untuk kalangan pemuda-pemudi sesuai namanya @shiftmedia.id (Pemuda Hijrah).

(Hasil Wawancara bersama Dewi Inayah, pada tanggal 15 Januari 2022).

Di sini, informan menunjukkan atensi yang tinggi. Atensi adalah salah satu fungsi kognitif yang penting. Tanpa atensi, mempelajari suatu hal yang baru dan penting akan menjadi sulit (Sriyanti, 2013).

### **Retensi (Mengingat)**

Setelah informan memperhatikan isi materi yang ada dalam video akun Instagram @shiftmedia.id, kemudian informan merekam dan mengingatnya di dalam ingatan informan. Informan mengingat dan menyimpan pesan yang terkandung dalam video tersebut.

“Selama saya mengingat dari salah satu dari video @shiftmedia.id itu isinya tentang keajaiban sebuah istighfar. Dimana dalam video tersebut menjelaskan bahwa sebanyak apapun dosa kita, Allah akan tetap mengampuninya, selagi kita masih tetap memperbanyak istighfarnya dan bertaubat. Kadang saya sendiri merasa seperti dosa saya itu terlalu banyak. Jadi pernah ada satu waktu saat saya ikut ujian kadang terbesit dalam pikiran dan hati saya seperti Allah mau gak yak nolongin saya gitu. Misalnya kita kan sebelum ujian itu istighfar, minta pertolongan dari Allah untuk menjawab daripada ujian itu dan kita bisa menjawabnya. Nah, dengan dosa kita yang masih banyak pun, Allah masih terus nolongin kita, betapa baiknya Allah sama aku sama kita semua. Dan Intinya sih ada pesan yang membuat saya ingin melakukannya yaitu di video itu menjelaskan tentang kematian, dan bahwasannya kita hidup di dunia ini nggak bakalan lama, nah dari situ saya dapet hidayah buat melakukan hal yang membuat diri saya menjadi lebih baik, ya walaupun nggak langsung berubah gitu aja yakan, karena butuh proses juga. Tapi saya berusaha melakukannya dengan sedikit-sedikit yang penting istiqomah. Bukannya rasulullah saw juga pernah bilang ya, amalan yang sedikit akan tetapi dilakukan secara istiqomah itu lebih baik daripada amalan banyak tapi cuman sehari atau dua hari. Gitu sih” (Hasil Wawancara bersama Siti Robaedah, pada tanggal 19 Januari 2022).

Dalam hal ini, informan berada dalam tahapan retensi (Friedman & Schustack, 2006), dimana pengamat menyimpan model tingkah laku yang telah diamati dalam ingatannya sehingga dapat dilakukannya di kemudian hari.

### **Reproduksi Motorik (Gerak)**

Setelah informan mengarahkan perhatian kepada video akun Instagram @shiftmedia.id, mengingat isi pesan yang terkandung dan menyimpannya dalam ingatan, informan melakukan reproduksi motorik. Dalam penelitian ini, reproduksi motorik adalah perubahan perilaku dari segi agama atau perilaku hijrah.

Informan memiliki jawaban relatif berbeda terkait perilaku hijrahnya setelah menonton video akun @shiftmedia.id. Adanya pemahaman agama yang lebih baik pada informan setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id membuat mereka menjalankan aturan agama sesuai dengan tuntutan syariat sebagai pembuktian atas keimanannya kepada Allah seperti yang diutarakan informan di bawah ini.

“Banyak itu judulnya tentang apa hikmah membantu orang lain. Maksudnya memprioritaskan orang lain, maka Allah memprioritaskan kita juga. Dulu, waktu masih nafsi- nafsi. Kaya siapin punya sendiri baru bantu orang. Walau masih nafsi-nafsi, tapi sekarang mulai berkurang. Kalau dari perbuatan, dulu sebelum nonton sering keliatan rambut atau ngomong sama kawan belum kontrol. Terus bentar-bentar pengen marah. Setelah nonton, lebih ke nasihat,

apa guna marah-marah. Jadi sekarang, kalo ngomong disareng kaya gitu sama temen. Kalo pakaian, alhamdulillah udah berubah cuman belum drastis memakai cadar. Dulu memakai jilbab itu yang tipis. Sekarang udah mulai memakai ciput, jilbab di bawah menutupi dada. Setelah nonton video, lebih banyak istighfar, dhuha, puasa dan sunnah. Tapi belum bisa istiqomah, tapi satu dua kali ada dilakukan. Lebih baik dari tahun sebelumnya. Kalo sama lawan jenis, terutama sama temen. Dulu masih gapapa dia di sebelah aku, kaya salaman yaudah biasa aja. Sekarang kaya gimana ya, kalo temen duduknya gak terlalu dekat cuman mungkin masih satu forum tapi enggak yang kayak dulu-dulu.” (Hasil Wawancara bersama Silvia Julianti, pada tanggal 22 Januari 2022).

Hasil observasi menunjukkan bahwa Silvia Julianti memang memakai pakaian wanita yang syar’I dan mempunyai pembawaan diri yang tenang. Selain itu, perilaku hijrah lainnya yang ada dalam diri informan setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id adalah mengubah tampilan fisik yang mengikuti sunah, mulai mengerjakan amalan sunah, lebih sering mengikuti kajian, mulai ingin menghafal Al-Quran, tidak ingin berpacaran, dan menghindari bercampur dengan lawan jenis atau ikhtilath.

“Kalo untuk perubahannya ya mungkin kalo tahun lalu, enggak setahun lalu sih udah beberapa tahun lalu, mungkin kalo dari sisi fisik dari dzahir nya yang pertama jenggot ya alhamdulillah udah aku biarin. Kalo dulu mungkin masih malu-malu. Kemudian celana Juga udah ya insya Allah jagalah isbal, udah gak isbal lagi. Kemudian kumis juga udah aku pendekin. Kemudian dulu juga, aku dulu juga sebelum hijrah itu pacaran. Tapi sekarang ya alhamdulillah gak mau lagi insyaa Allah kalok bisa langsung nikah nanti. Terus udah mulai apa namanya, mulai shalat sunnah iya juga. Iya sekarang juga udah lebih sering ikut-ikutan kajian gitulah. Ikhtilath aku udah coba menghindari. Kalo nongkrong-nongkrong di warkop gadak gunanya jugak dikurangi. Kemudian sekarang ada keinginan untuk menghafal Al-Quran, kalo dulu mungkin malas kali baca Quran.” (Hasil Wawancara bersama Turnadi, pada tanggal 18 Januari 2022).

Hasil observasi terhadap Abib Taufiq menunjukkan bahwa perilaku Wanto sesuai dengan apa yang diucapkannya. Hal ini dilihat dari tampilan Nardo yang sekarang sudah mengikuti sunah seperti membiarkan janggut dan menggunakan celana di atas mata kaki. Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa Nardo juga menghindari ikhtilath.

Perilaku hijrah lainnya yang ada pada diri informan setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id adalah lebih sering melaksanakan salat tepat waktu dan berjamaah, menjadi mudah bergaul dan menjalin silaturahmi dengan akhlak yang lebih baik.

“Salah satu perilaku hijrahnya, kami lebih sering salat tepat waktu, lebih sering salat berjamaah, dan akhlak kami mungkin lebih baik. Mudah bergaul dengan orang, menjalin silaturahmi, dan lainnya” (Hasil Wawancara Abib Taufiq, pada tanggal 18 Januari 2022).

Hasil observasi terhadap Mumuh Muharom menunjukkan perilaku Mumuh sesuai dengan apa yang diucapkannya. Hal ini dilihat ketika wawancara berlangsung, Mumuh langsung minta izin untuk melaksanakan salat zuhur berjamaah di Masjid Jami’.

Perilaku hijrah lainnya yang ada pada diri informan setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id adalah mulai mengikuti kajian keislaman secara rutin seperti yang diutarakan informan di bawah ini:

“Kalo misalkan mengenai konten @shiftmedia.id yang aku amati dan aku tau, itu kayak pergerakan anak mudanya buat Islam. Kayak misalkan anak gravity, anak-anak geng motor, anak-anak skate, itu di sana berbondong-bondong buat ikut kajian, ikut belajar mengenai Islam kek gitu. Nah sebenarnya yang paling berefek di situnya. Jadi di aku sendiri mungkin dulu jarang buat ikut kajian ataupun mengamati perkembangan Islam kek gitu. Tapi ya sekarang alhamdulillah udah mulai sedikit-sedikit tergerak. Aku juga jadi ikut kajian tetap dan dari konten itu pun aku jadi berfikir bahwa jama’ah itu penting. Jadi aku masuk ke salah satu jama’ah jugak jadi ya setiap minggu memang selalu ada pertemuan, ada diskusi, ada perkembangan Islam kek gitu.” (Hasil Wawancara bersama Mumuh Muharom, pada tanggal 16 Januari 2022).

Dalam hal ini, penulis mengecek ulang pernyataan informan Yusuf Hendrawan dengan sumber yang berbeda, yakni Mumuh Muharom, teman karib Yusuf Hendrawan. Yusuf Hendrawan mengaku mulai mengikuti kajian keislaman secara rutin setiap minggu. Hasil triangulasi menunjukkan bahwa Yusuf Hendrawan membenarkan bahwa Mumuh sudah rutin mengikuti kajian setiap malam minggu. Selain beberapa perilaku hijrah yang telah dipaparkan di atas, ditemukannya beberapa perilaku berupa rasa ataupun sikap untuk menjauhi larangan Allah. Ketika menjauhi larangan Allah, informan berperilaku menjaga diri dari maksiat dan meninggalkan larangan maupun dosa. Perilaku hijrah yang ada pada informan setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id di antaranya seperti yang diutarakan berikut ini.

“Lebih menjaga dengan lawan jenis, tidak pacaran, itu merupakan perilaku hijrah yang sangat penting di era jaman sekarang gitu. Pemuda gaul itu tapi tidak dengan pacaran. Sebenarnya, banyak ada misalnya kayak ada aib-aib yang sebenarnya gak bisa ku bilang ya karena Allah sudah menutup aib kita. Kenapa kita harus bongkar itu kan. Jadi kok yang udah ku tinggalkan ini, aku rasa gak perlu lah kasih tau apa-apa aja.” (Hasil Wawancara bersama Yusuf Hendrawan, pada tanggal 23 Januari 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, informan menunjukkan perubahan perilaku yang lebih baik secara agama atau perilaku hijrah setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id dibandingkan perilakunya sebelum ia mulai menonton video di akun Instagram @shiftmedia.id. Perilaku hijrah dalam penelitian ini merujuk kepada perilaku mendekatkan diri kepada Allah dan perilaku menjauhi larangan Allah (Aswadi, 2011). Berdasarkan hasil wawancara, perilaku hijrah dalam konteks mendekatkan diri kepada Allah lebih mendominasi dibandingkan perilaku hijrah



dalam konteks menjauhi larangan Allah. Hal ini sejalan dengan konten video akun Instagram @shiftmedia.id yang menayangkan kajian keislaman mengenai perbaikan diri dengan pendekatan yang digunakan pada konteks ajakan mendekatkan diri kepada Allah. Walaupun himbuan untuk menjauhi larangan Allah tetap ada, namun ajakan mendekatkan diri kepada Allah lebih mendominasi dalam video akun @shiftmedia.id.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan berbagai macam perilaku hijrah yang ada pada informan. Ditinjau dari jenis perilaku, yaitu perilaku perbuatan terbuka (*overt*) dan perbuatan tertutup (*covert*) (Sarwono, 2009), terlihat bahwa perilaku terbuka lebih dominan. Adanya pemahaman agama yang lebih baik pada informan setelah menonton video membuat mereka menjalankan aturan agama sesuai tuntutan syariat. Bentuk perilaku tersebut seperti menyadari bagaimana tata berpakaian dan batasan aurat Muslimah yang benar, lebih menjaga perkataan, lebih memprioritaskan orang lain dibanding sebelumnya, dan mulai melaksanakan amalan-amalan sunah. Perilaku hijrah lainnya adalah mengubah tampilan fisik yang mengikuti sunah, lebih sering mengikuti kajian, mulai ingin menghafal Al-Quran, sering melaksanakan salat tepat waktu dan berjamaah, menjadi mudah bergaul dan menjalin silaturahmi dengan akhlak yang lebih baik.

Selain perbuatan terbuka, ditemukan perilaku yang tergolong dalam perbuatan tertutup, yaitu sikap menjauhi larangan Allah. Ketika menjauhi larangan-Nya, seseorang akan berperilaku menjaga diri dalam melakukan maksiat dan meninggalkan larangan maupun dosa. Perilaku hijrah tersebut di antaranya sudah lebih menjaga jarak dengan lawan jenis dibanding dengan sebelumnya, menghindari ikhtilath, tidak melakukan hubungan berpacaran seperti mayoritas kalangan muda sekarang. Perilaku hijrah lainnya yaitu rasa atau sikap tidak ingin mengumbar atau membicarakan aib dirinya kepada orang lain karena informan menganggap bahwa Allah sudah menutup aib manusia, maka tidak seharusnya manusia membuka aib dirinya.

Setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id, informan merasakan timbulnya motivasi untuk berubah menjadi lebih baik. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada informan, peneliti menemukan berbagai macam motivasi hijrah setelah menonton video di akun Instagram @shiftmedia.id. Informan mengatakan bahwa video akun Instagram @shiftmedia.id sebagai pengingat dari kesalahan yang telah diperbuat dan menjadi sebuah pembelajaran.

“Pasti ada. Maksudnya apa dari yang disampaikan itu kan sebagai pengingat kita bahwa mungkin yang dilakukan kemaren-kemaren itu banyak kesalahan. Jadi ada mungkin satu dua perilaku yang pas mau ngelakuinnya lagi, itu langsung teringat, oh ga boleh kaya gitu, harusnya kaya gini kaya gini. Jadi ada satu pelajaran juga yang bisa diambil.” (Hasil Wawancara bersama Dewi Mega Indah, pada tanggal 16 Januari 2022).

Motivasi hijrah lainnya yang ada pada diri informan setelah menonton video akun @shiftmedia.id adalah lebih menyadari bahwa kehidupan dunia hanya sementara dan harus bersegera untuk hijrah.

“Untuk motivasinya jadi lebih sadar aja bahwa ya kayak hidup ini kan sementara. Jadi cepat atau lambat ya akan berakhir kayak gitu. Ya kita mau gak mau harus buru-buru hijrah kayak gitu sih. Apalagi ngeliat apa namanya, akun-akun @shiftmedia.id kan ada pergerakan dari pemuda-pemuda lain buat hijrah. Jadi ada motivasi di situ.” (Hasil Wawancara bersama Dewi Mega Indah, pada tanggal 16 Januari 2022).

Motivasi hijrah lainnya adalah munculnya keinginan untuk menjadi lebih baik. “Ada loh. Pasti ada ya pasti ada. Kalo misalnya namanya kita nonton yang dibahas itu masalah agama, masalah iman, itu dia pasti ada yang namanya keinginan untuk menjadi lebih baik. Nanti dia tergantung kita nya aja. Apa mau kita terusin atau malah kita stop di situ.” (Hasil Wawancara bersama Mumuh Muharom, pada tanggal 16 Januari 2022).

Setelah menonton video akun Instagram @shiftmedia.id, informan merasakan timbulnya motivasi untuk berubah menjadi lebih baik. Motivasi menjadi penggerak seseorang untuk melakukan suatu hal (Stapa, Ismail, & Yusuf, 2012). Jadi pengamat termotivasi untuk meniru perilaku yang telah dimodelkan dalam video dakwah yang ditontonnya. Jika ditinjau dari efek komunikasi, maka video pada akun Instagram @shiftmedia.id mampu memberikan efek kognitif, afektif, dan psikomotorik (Rakhmat, 2007). Video yang ditonton informan mampu meningkatkan pemahaman agama, meningkatkan motivasi, dan mengubah perilaku ke arah yang lebih religius. Jika merujuk pada fungsi video (Arsyad, 2011) maka video mengombinasikan antara visual (gambar) dengan audio (suara) pada akun dakwah ini dapat menarik perhatian dan mengarahkan konsentrasi individu pada materi video (fungsi atensi), menggugah emosi dan sikap individu (fungsi afektif), dan memudahkan untuk memahami dan mengingat pesan (fungsi kognitif).

Akan tetapi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi hijrah dan perilaku hijrah yang ada pada informan cenderung relatif tergantung intensitas dan atensi. Informan yang menonton video dengan tingkat intensitas yang berbeda menunjukkan motivasi dan perilaku hijrah yang juga berbeda. Hal ini dilihat dari seorang informan dari ketujuh informan dengan tingkat frekuensi menonton video akun Instagram @shiftmedia.id yang lebih tinggi dan durasi menonton lebih lama dibandingkan informan lainnya yang menunjukkan motivasi dan perilaku hijrah yang jauh lebih progresif dibandingkan informan lainnya yang menonton video dengan intensitas yang lebih rendah. Selain intensitas menonton, tingkat atensi yang diberikan saat menonton video akun Instagram @shiftmedia.id juga mempengaruhi efektivitas video dakwah yang mereka tonton. Informan yang menonton dengan tingkat atensi lebih baik menghasilkan motivasi dan perilaku hijrah yang lebih signifikan. Sekecil apa pun perubahan perilaku seseorang yang menjadi lebih baik, hal tersebut tetap dianggap berperilaku hijrah. Jika setelah menonton video namun perubahan perilaku hijrah pada informan masih belum terlalu positif, hal tersebut tidak disebabkan karena video akun Instagram @shiftmedia.id. Video dakwah di akun Instagram

@shiftmedia.id tidak membuat seseorang menjadi berubah lebih baik secara ekstrem karena takaran perubahan tersebut kembali ke masing-masing orang. Selain itu, hidayah merupakan hak Allah; berasal dari Allah. Namun secara umum, akun Instagram @shiftmedia.id efektif dalam memberikan pemahaman serta membentuk motivasi dan perilaku hijrah pada diri informan. Efektivitas video dakwah di akun Instagram ini didukung oleh karakteristik video yang menunjukkan kejelasan pesan, berdiri sendiri, akrab dengan pengguna, representasi isi, visualisasi media, memiliki kualitas resolusi yang baik, dapat digunakan secara individual (Riyana, 2007). Selain itu, materi dakwah yang dikemas secara kreatif dan sesuai dengan karakteristik pengguna Instagram menjadi kunci keberhasilan dakwah melalui media sosial ini (Musthofa, 2016). Untuk itu, perlu adanya need analysis sebagaimana yang telah dilakukan di bidang pendidikan untuk merumuskan konten dakwah dan memilih media dakwah yang sesuai dengan target dakwah.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah perilaku hijrah sangat dipengaruhi oleh lingkungan dan orang-orang sekitar yang juga menjadi faktor pendorong seseorang untuk hijrah. Hal ini sejalan dengan konsep determinisme resiprokal (pengaruh timbal balik) dalam teori pembelajaran sosial (King, 2010). Cirebon yang dikenal dengan sebutan kota Wali yang kental dengan syariat Islam, perubahan perilaku informan ke arah yang lebih religius didukung oleh lingkungan sehingga perubahan perilaku lebih mudah terbentuk. Adapun keunggulan dari penelitian ini adalah berdasarkan ide dan gagasan penulis menggunakan dasar teori yang beragam dan relevan sesuai dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini. Selain itu penulis menggunakan sumber-sumber yang tersusun secara sistematis, dan bahasa yang digunakan mudah dipahami. Berdasarkan keunggulan ini dapat disimpulkan bahwa tulisan ini layak dijadikan referensi dan sambutan yang baik dari pembaca, pembahasan berhubungan sekali dengan bagaimana Pembelajaran Sosial Mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon dalam mengakses konten dakwah dimedia sosial Instagram pada akun @shiftmedia.id khususnya.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa penyampaian dakwah melalui konten video melalui Instagram pada akun @shiftmedia.id bisa dikatakan efektif. Hal ini dilihat dari video dakwah pada akun Instagram @shiftmedia.id yang mampu meningkatkan pemahaman agama serta membentuk motivasi dan perilaku hijrah pada informan. Namun, motivasi dan perilaku hijrah juga dipengaruhi intensitas dan atensi informan dalam mengakses video dakwah di akun tersebut. Seseorang dengan tingkat atensi, retensi, dan reproduksi motorik yang lebih tinggi, maka dia akan lebih efektif dalam pembelajaran sosialnya sehingga menghasilkan motivasi hijrah yang besar dan perilaku hijrah yang lebih progresif.

### **Daftar Pustaka**

- Albert Bandura. 1997. *Self Efficacy*. New York: Ademic Press.
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Aswadi. 2016. *Dakwah Progresif Perspektif Al-Qur'an*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya.
- Friedman, Howard S. & Schustack, Miriam W. 2006. *Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern Edisi Ketiga*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Haryanto, A. T. Ini Jumlah Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia. Online : <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3599839/ini-jumlah-pengguna-facebook-daninstagram-di-indonesia> (diakses pada tanggal 20 Maret 2022)
- Ita Suryani. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 2, 2014.
- Khoiruddin. 2012. Aktualisasi Dakwah dalam Perspektif Transformasi Sosial. *Jurnal Al-Mishbah*, Vol. 8 No. 1 Juni 2012.
- King, A. L. 2010. *Psikologi Umum Sebuah Pandangan Apresiattif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lexy J. Maleong. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustofa, Imam Mustofa. 2016. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Najidah Zakariya, Abu Dardaa Mohamad. Media sebagai Wasilah Dakwah. *Jurnal Al Hikmah*, Departemen Dakwah dan Leadership Studies University Kebangsaan Malaysia, Vol. No. 5, Tahun 2013.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riyana, Cheppy. 2007. *Pedoman Pengembangan Media Video*. Jakarta: P3AI UPI.
- Sarwono, dkk. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba.
- Sriyanti, L. 2013. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Ombak.
- Stapa, Z., Ismail, A. M., & Yusuf, N. 2012. Faktor Persekitaran Sosial dan Hubungannya dengan Pembentukan Jati Diri. *Hadhari Special Edition*.