

EFEKTIVITAS INSTAGRAM @ngajilagi.id DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR MENGAJI PADA FOLLOWERS

Fitriana Padang^{1,*}; Kamalia²

^{1,2} Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia ;
fitriana0101193100@uinsu.ac.id¹, kamalia@uinsu.ac.id²

*Correspondence : fitriana0101193100@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Akun instagram @ngajilagi.id merupakan akun dakwah yang dikhususkan untuk memotivasi *followersnya* agar belajar mengaji. Banyak umat islam saat ini belum fasih membaca Al-Qur'an dan belum sepenuhnya memahami tajwid serta hukum bacaan. Akun ini membantu *followersnya* untuk belajar Al-Qur'an. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektivitasan instagram @ngajilagi.id dalam meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers*. Metodologi penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi mengamati konten-konten yang diposting oleh akun @ngajilagi.id, dan mengumpulkan data dengan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa *followers* akun @ngajilagi.id, serta dokumentasi seperti artikel, naskah ataupun dokumen yang berkaitan dengan penelitian, selanjutnya data akan dianalisis dengan cara reduksi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @ngajilagi.id berhasil membuat *followersnya* termotivasi untuk belajar mengaji dengan alasan konten-konten yang diposting dan kuis-kuis menarik yang dibuat sangat unik dan kekinian. Komunikasi yang dibangun juga baik, bahasa mudah dipahami sehingga ajaran yang disampaikan masuk dan diterima baik oleh *followersnya*.

Kata kunci

Efektivitas, Instagram, Motivasi

ABSTRACT

The Instagram account @ngajilagi.id is a da'wah account devoted to motivating followers to learn the Koran. Many Muslims today are not yet fluent in reading the Qur'an and do not fully understand tajwid and the laws of reading. This account helps its followers to learn the Koran. This study aims to determine the effectiveness of Instagram @ngajilagi.id in increasing followers' motivation to learn the Koran. This research methodology uses descriptive qualitative research by observing the contents posted by the @ngajilagi.id account and collecting data by conducting in-depth interviews with several followers of the @ngajilagi.id account and documentation such as articles, manuscripts, or documents related to research. The data will be analyzed using data reduction. The study results show that the @ngajilagi.id account has successfully motivated its followers to learn the Koran because the content posted and interesting quizzes are unique and current. The built communication is also good; the language is easy to understand so that the followers enter and receive the teachings well.

Keywords

Effectiveness; Instagram; Motivation

Pendahuluan

Al-Qur'an diturunkan oleh Allah SWT kepada manusia sebagai petunjuk dalam mencapai keselamatan dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat kelak. (Amroeni Drajat, 2017). Oleh sebab itu mempelajari Al-Quran merupakan suatu kewajiban, membacanya disebut dengan mengaji yang merupakan bentuk ibadah dan pahalanya bernilai tinggi. Adapun makna mengaji ini secara luas adalah "ngaji" artinya belajar semua ilmu agama Islam, dan dalam konteks hadist ngaji disebut dengan "*Tholabul ilmi*" yang artinya menuntut ilmu. (Astuti & Nugraheni, 2021). Sebagai umat muslim sudah seharusnya pandai mengaji dan bisa membaca Al-Qur'an karena mengaji merupakan suatu kewajiban untuk umat muslim. Dari Utsman bin Affan, r.a dari Nabi SAW bersabda : "*Sebaik-baik kalian adalah orang yang belajar Al-Qur'an dan mengerjakannya.* (H.R Bukhari, no. 5027)

Menjadi insan yang paling baik dengan mempelajari, memahami dan mengamalkan makna yang terkandung dari Al-Qur'an harus ditanamkan sejak dini dan Allah akan meninggikan derajat bagi yang membaca Al-Quran (mengaji) dan dicintai Allah SWT dan mendapat syafaat di hari kiamat . Rasulullah SAW bersabda : "*Dari Zaid bahwa ia mendengar Abu Sallam berkata, telah menceritakan kepadaku Abu Umamah Al-Bahili ia berkata ; mendengar Rasulullah SAW bersabda " Bacalah Al-Qur'an karena ia akan datang memberi syafaat kepada para pembacanya pada hari kiamat nanti:"*. (HR. Muslim, No. 804 Syarh Shahih Musllim). (Aisyah, 2018). Jika umat Islam membaca satu huruf saja dari Al-Qur'an, maka akan memperoleh satu kebaikan, sedangkan satu kebaikan akan dilipatgandakan menjadi sepuluh.

Urgensi mengaji atau membaca Al-Qur'an untuk generasi saat ini dengan tantangan media baru yang semakin berkembang pesat dan tidak mungkin terbelenggu bukan menjadi masalah. Namun bagaimana media tersebut dalam hal ini khususnya Instagram mampu memberikan edukasi untuk penggunaannya kepada kenikmatan dan keutamaan mengaji Al-Qur'an. Banyak media baru berbasis internet mulai dari *Facebook Youtube, Tiktok* yang dapat dimanfaatkan banyak kalangan dalam menerima dan memberikan informasi keislaman khususnya mengaji. (Rubawati, 2018). Tanpa mengaji amalan yang kita lakukan belum lengkap. Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Fatir ayat 29-30 yang Artinya : "*Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca Kitab Allah (Al-Qur'an), menegakkan salat, dan menginfakkan sebagian rezeki yang Kami anugerahkan kepadanya secara sembunyi-sembunyi dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perdagangan yang tidak akan pernah rugi. (Demikian itu) agar Allah menyempurnakan pahala mereka dan menambah karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Mensyukuri*".

Aplikasi Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi tersebut adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video kemudian membagikannya ke berbagai akun media sosial lainnya dengan cepat menggunakan jaringan internet sehingga menjadikan aplikasi ini banyak diminati oleh setiap kalangan. (Mulitawati & Retnasary, 2020). Terdapat juga beberapa fitur-fitur menarik, seperti : Fitur Musik, Fitur Filter yang dimanfaatkan untuk mempercantik gambar maupun video sehingga terlihat menarik. (Khairina, 2020). Fitur Stiker, Mengunggguh foto dan video, Fitur Reels, Fitur ini adalah fitur terbaru dari Instagram, lewat fitur ini pengguna instagram dapat mengedit foto dan video yang menarik dan baik yang dikolaborasikan dengan musik atau bisa memakai suara pengguna sendiri.(Armayani et al., 2021). Terdapat

Pengikut/Followers yaitu fitur untuk menambahkan teman atau mengikuti teman sesama pengguna. (Azzahra et al., 2022). Pengikut ini akan melihat kegiatan ataupun aktivitas yang dilakukan atau di update/upload oleh pemilik akun yang sudah difollow oleh pengguna instagram. Jika banyak *followers* yang ada maka semakin banyak like (suka) yang didapat pada foto maupun video yang dibagikan. (Jamil et al., 2020). Tagar (Hashtag #) & Arroba (@), Tagar atau sering disebut dengan hastag merupakan kata yang diawalnya memakai simbol pagar (#) kepanjangan dari tagar ini yaitu tanda pagar yang dimanfaatkan kalangan pengguna instagram untuk memudahkan pengguna mencari foto yang dibagikan di instagram. Yang dimaksud dengan Arroba (@) yaitu fitur ini bisa digunakan untuk berbagi pesan maupun informasi. (Giantika, 2019). Instagram Story, Peraturan Instagram merupakan tempat untuk mengunggah foto-foto ataupun video, oleh karena itu ada beberapa peraturan tersendiri dari aplikasi instagram, agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak baik yang bisa merusak citra insrogram yang tidak sesuai dengan peraturan instagram yang sudah dibuat. (Syahreza & Tanjung, 2018). Dan terdapat fitur terbaru pada instagram yaitu fitur belanja, pengguna instagram dapat berbelanja dan melakukan jual-beli dengan mengunggah foto maupun video produk yang ingin dijual belikan. (Rohadian & Amir, 2019).

Instagram merupakan ruang komunikasi terbuka bagi semua masyarakat (Hendra & Yuliardiana, 2021). Menurut laporan pada tahun 2021 dari *We Are Social dan Hootsuite*, aplikasi instagram menjadi peringkat ketiga pada media sosial yang banyak dipakai/digunakan oleh pengguna *internet* di Indonesia dengan jumlah sebesar 85 juta pengguna yang kebanyakan pengguna berusia 18-34 tahun. Lewat media ini umat muslim dapat memanfaatkan instagram untuk keperluan agama dalam berbagi ilmu kajian Islam, belakangan ini Instagram efektif sebagai media baru dalam belajar-mengajar dibidang mengaji, dikatakan efektif karena sudah banyak akun instagram yang membahas tentang mengaji dengan tampilan konten yang menarik dan mendapatkan banyak respon positif dari setiap *followers*, mengatakan setiap konten mengaji yang ditampilkan sangat membantu dan menambah ilmu pengetahuan tentang mengaji oleh followers dan dapat memperbaiki cara baca Al-Qur'an sehingga akun instagram dikatakan berhasil dalam menyampaikan materi mengaji. Mengingat bahwa rata-rata umat muslim banyak menghabiskan waktunya dengan bermain handphone dan sosial media di instagram.

Efektivitas dapat diartikan sebagai bentuk keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektif adalah ada efeknya, manjur atau mujarab, dapat membawa hasil, berhasil guna dan mulai berlaku. Sementara itu yang di maksud dengan efektivitas adalah keadaan berpengaruh, kemanjuran dan keberhasilan. (Andi Setiawan & Suci Maghfirah, 2021). Jadi efektivitas yang dimaksud pada penelitian ini adalah "efektif/berhasil atau tidak akun instagram @ngajilagi.id dalam memotivasi *followers* (pengikut atau pengguna) akun instagram yang melihat konten-konten yang ditampilkan pada akun Instagram @ngajilagi.id dimana zaman yang serba digital saat ini, kegiatan belajar mengaji sudah mulai sepi peminat. Anak-anak, remaja bahkan orang dewasa jauh lebih senang berinteraksi dengan *gadget* dibanding Al-Qur'an, yang mengakibatkan semangat belajar mengaji sudah mulai menurun, baik itu dari kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa.

Tetapi semangat yang luntur tersebut dapat tumbuh kembali dengan memanfaatkan media baru seperti instagram yang mana dalam hal ini akun instagram

@ngajilagi.id mengajak para pengguna untuk belajar membaca Al-Qur'an untuk itu Peneliti melakukan analisis secara mendalam terkait konten dan respon yang dilakukan oleh pengguna terhadap akun tersebut untuk menganalisis efektivitas dari akun tersebut dalam mengajak masyarakat dalam membaca Al-Qur'an. Generasi millennial adalah generasi yang sangat melek dan akrab dengan teknologi seperti instagram, oleh karena itu instagram dapat dijadikan media baru dalam menginformasikan bagaimana mengaji yang baik.

Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai efektivitas instagram sebagai media dalam memotivasi umat Islam, apakah konten yang ditampilkan efektif serta dapat menumbuhkan kembali rasa semangat dalam belajar mengaji serta apa saja jenis konten yang ditampilkan dengan bahasa yang sederhana agar termotivasi kembali untuk belajar mengaji. Yang dimaksud dengan konten disini yaitu menurut salah satu para ahli Saylor dan Alexander konten adalah suatu data, faktual, observasi dan klasifikasi serta rancangan hingga pemecahan masalah, keseluruhan inilah yang kemudian disusun dalam bentuk ide, prinsip, konsep, kesimpulan, rencana maupun solusi. (Mahmudah & Rahayu, 2020). Sedangkan menurut Ikapi dalam kutipan yang ditulis Finy F. Basarah dan Gustina, konten adalah struktur informasi yang ada dalam halaman situs ataupun informasi yang tersedia pada media. (Basarah & Romaria, 2020). Dari pengertian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa konten adalah seni yang berisi informasi yang kemudian dikemas dengan menarik sehingga dapat mempengaruhi manusia secara luas yang kemudian akan ditonton oleh akun-akun lainnya.

Adapun pada riset-riset sebelumnya pada penelitian yang diteliti oleh Putri Hidayati pada tahun 2021 dengan judul penelitian "*Pengaruh Konten Dakwah Akun @berkahijrah_Di Instagram Terhadap Pemahaman Agama Followers*". Berdasarkan hasil penelitiannya diketahui bahwa pengaruh konten dakwah akun @berkahijrah_di instagram terhadap pemahaman agama *followers* memiliki pengaruh sangat kuat. Karena mengingat saat ini dakwah melalui internet merupakan kesempatan sekaligus tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah islamiyah. Dengan memanfaatkan media baru yaitu internet sebagai sarana dan setiap umat muslim harus mampu menguasai perkembangan teknologi dengan baik terutama instagram, karena saat ini banyak para ulama yang menyebarkan pesan dakwah lewat instagram, karena dengan banyaknya fitur yang telah disediakan akun instagram menjadikan aplikasi ini sebagai media dakwah yang banyak diminati saat ini. Adapun metode penelitian yang digunakan oleh Putri Hidayati yaitu metodologi kuantitatif dengan teknik data dengan 3 cara, yaitu angket, wawancara serta dokumentasi dengan teknik analisis data Koefisien Korelasi dan Regresi Linear Sederhana. Dan yang menjadi persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan instagram sebagai media penelitian dan menggunakan akun sebagai bahan penelitian. Sedangkan yang menjadi pembeda penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah meneliti akun instagram yang berbeda, penelitian terdahulu lebih terfokus pada pemahaman agama yang didapat *followers* dari konten dakwah yang disebarkan akun @berkahijrah, sedangkan penelitian ini terfokus pada akun instagram @ngajilagi,id untuk meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers* dengan metode penelitian kualitatif.

Penelitian lain oleh Nur Afni Br. Nasution (2021) dengan judul "*Pengaruh Akun Instagram @Hanenakira Terhadap Perilaku Keagamaan Para Followers nya*". Dari hasil

penelitian pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah para followersnya, diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu sebesar 0,438 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari akun instagram @haneenakira terhadap perilaku ibadah followersnya dengan tingkat pengaruh sebesar 10%. Dan Dari hasil penelitian pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap pemahaman akidah para followersnya diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu sebesar 0,179 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari akun instagram @haneenakira terhadap pemahaman akidah followersnya dengan tingkat pengaruh sebesar 17,7%. Dan pengaruh akun instagram @haneenakira terhadap sikap sosial kepada sesama dan motivasi diri (*self healing*) diperoleh nilai koefisien regresi bernilai positif, yaitu sebesar 0,278 dan nilai signifikansi. Nur Afni menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan tehnik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner untuk memperoleh data dan skala likert. Yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan media instagram sebagai media penelitian. Dan yang menjadi pembeda penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada metode penelitian nya, penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian terdahulu terfokus pada Akun Instagram @Hanenakira yang dimana instagram dimanfaatkan dalam hal mempengaruhi Perilaku Keagamaan Para Followers nya melalui konten yang ditampilkan, sedangkan penelitian ini terfokus pada akun instagram @ngajilagi.id yang dimanfaatkan dalam meningkatkan motivasi belajar mengaji pada followers.

Objek peneliti dalam penelitian ini yaitu pada akun instagram @ngajilagi.id yang memiliki 683RB jumlah followers (pengikut), akun instagram tersebut adalah akun yang memang menampilkan konten-konten mengaji dan konten keislamaan. Akun @ngajilagi.id juga memiliki banyak Followers (pengikut) dan sudah banyak konten yang ditampilkan pada Feed akun instagram @ngajilagi.id yang bisa dimanfaatkan untuk berbagai kalangan terutama pada kalangan followers (pengikut) akun @ngajilagi.id dalam hal memotivasi, sehingga tumbuh keinginan untuk mereka belajar mengaji. Banyak konten-konten yang sudah disajikan oleh pemilik akun @ngajilagi.id, mulai dari dasar-dasar dalam mengaji yaitu cara melafadzkan huruf hijaiyah yang baik dan benar, kemudian mempelajari tajwid yang benar. Dan bukan itu saja, pemilik akun instagram ini juga memberikan konten-konten berupa ayat-ayat suci Al-Qur'an serta memberikan konten-konten doa yang sering dipakai pada kehidupan sehari-hari, seperti doa saat keluar rumah, doa saat akan mengambil wudhu dan setelahnya dan banyak doa-doa lainnya. Dari komunikasi serta bahasa yang sederhana dan konten yang dikemas menarik membuat para umat Islam yang melihat terkhususnya followers tidak merasa bosan untuk melihat atau menonton berbagai konten yang telah disajikan pada akun @ngajilagi.id tersebut

Metode

Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan data di lapangan dan menginterpretasikannya dengan cara masuk akal. Data yang pertama kali dikumpulkan oleh peneliti yaitu dengan melakukan observasi, data yang dihasilkan secara langsung dengan mengamati konten-konten yang ditampilkan pada akun Instagram @ngajilagi.id. Peneliti mengamati aktivitas-aktivitas

apa saja yang dilakukan dan ditampilkan oleh admin instagram @ngajilagi.id dengan teliti sehingga peneliti menemukan bagaimana keefektifan akun tersebut dalam meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers*, kemudian mengamati tanggapan-tanggapan *followers* pada kolom komentar terhadap konten yang sudah dibagikan oleh akun instagram @ngajilagi.id tersebut. Namun untuk memperkuat hasil penelitian dan untuk lebih mengetahui keefektifan akun instagram tersebut, peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada beberapa *followers* akun ngajilagi.id agar data yang dihasilkan lebih akurat dan berkembang. peneliti melakukan wawancara dengan 3 narasumber yang merupakan *followers* akun instagram @ngajilagi.id, masing-masing *followers* berusia 20-25 tahun, dengan inisial nama "R" (berusia 21 tahun), "L" (berusia 22 tahun), "N" (berusia 25 tahun).

Peneliti melakukan wawancara secara langsung bertemu dengan narasumber dan memberikan beberapa pertanyaan untuk menambah informasi dan memperluas sudut pandang peneliti dalam penelitian ini, wawancara juga dilaksanakan secara *online* oleh salah satu narasumber melalui aplikasi instagram. Kemudian sumber data lain didapatkan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data tambahan melalui kajian media, seperti visulisasi media atau studi pustaka dan dokumentasi sebagai pendukung dalam penyelesaian penelitian tersebut.

Tahap selanjutnya yaitu dokumentasi yang berupa artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian tersebut serta buku-buku yang membantu peneliti dalam mengembangkan informasi yang sudah didapatkan, atau dokumen yang mendukung dan yang berkaitan dengan penelitian ini. Kemudian setelah mengumpulkan data, maka tahap selanjutnya adalah data akan peneliti analisis dengan cara reduksi data kemudian peneliti akan membuang atau menghapus data-data yang tidak penting dan menyusun data agar tersusun dengan baik dan sistematis.

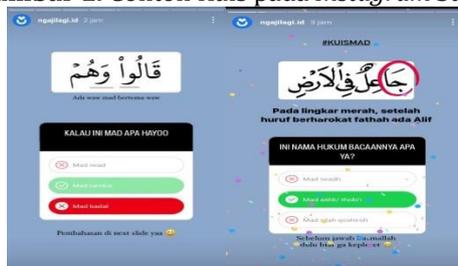
Hasil dan Pembahasan

Riset atau sering disebut penelitian mengenai praktik dakwah khususnya mengaji telah membuktikan bahwa betapa dinamisnya perkembangan dakwah saat ini. Pilihan media dakwah yang berbagai macam menjadikan dakwah tidak sebatas "menyampaikan secara *face to face*" namun dapat dilakukan melalui instagram, youtube, maupun kanal-kanal lainnya. Dakwah secara bahasa (etimologi) adalah "*panggilan, ajakan ataupun seruan*". Kata dakwah berbentuk sebagai "*isim mashdar*" ini berasal dari *fi'il* (kata kerja) yaitu "*da'a, yad'u*" yang artinya memanggil, mengajak atau menyeru (Sakdiah, 2017). Dalam QS. An-nahl ayat 125 juga dijelaskan pengertian dakwah, yaitu dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula. (Al-Bantani, 2012). Menurut kajian ilmu dakwah, terdapat 5 unsur dakwah yaitu :1) Da'i sebagai penyampai dakwah, 2) *Mawdu al dakwah* atau disebut pesan dakwah, 3) *Wasilah al-Da'wah* atau disebut media dakwah, 4) *Uslub al-Dakwah* atau metode dakwah, dan 5) *Mad'u* atau objek dakwah. (Pattaling, 2013). Akun instagram @ngajilagi merupakan akun dakwah yang memenuhi 5 unsur dakwah, yang dimana Da,i nya adalah pengisi konten atau disebut Nuna pada akun tersebut, kemudian pesan dakwah yang disampaikan adalah tentang mengaji dan mempelajari Al-Qur'an, media dakwah yang digunakan adalah aplikasi instagram, metode dakwah yang digunakan adalah *dakwah bil lisan*, yaitu menyampaikan dan mengajak melalui lisan (kalimat), dan yang menjadi

mad'u dalam akun tersebut adalah pengguna instagram terkhususnya para *followers* akun instagram @ngajilagi. Akun dakwah @ngajilagi.id mengajak/memanggil pengikutnya untuk belajar Al-Qur'an dan mengajak untuk terbiasa melakukan kegiatan mengaji, akun instagram ini memiliki 683RB *followers* (pengikut) dan 702 postingan yang dapat dimanfaatkan *followers* untuk belajar mengaji dan mengetahui ayat-ayat penting yang bisa diamalkan dalam kehidupan sehari. Mengaji merupakan perbuatan yang sangat Allah SWT cintai, sebagai umat muslim sudah seharusnya membaca dan mengamalkan kandungannya, karena banyak terdapat keutamaan bagi yang membaca Al-Qur'an.

Hasil penelitian ini didapatkan dari 3 informan, yang merupakan *followers* akun instagram @ngajilagi.id yang diperoleh melalui wawancara, dengan beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Akun instagram @ngajilagi.id ini memberikan efek baik bagi yang melihat dan mendengar kontennya hingga selesai, seperti yang diketahui saat ini masih banyak yang salah dalam membaca Al-Qur'an seperti tajwid nya maupun makhroj hurufnya. Konten mengaji yang diposting di *feed* instagram @ngajilagi.id memaparkan materi tentang ngaji yang dikemas dengan menarik, dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram, mulai dari filter musik, tulisan, warna foto maupun video, yang bersifat kekinian sehingga memudahkan *followers* khususnya generasi millennial dalam menerima materi dengan cepat. Informan juga mengatakan bahwa setiap *followers* dapat *merequest* atau menyarankan materi apa selanjutnya yang akan dibahas oleh Nuna si Admin akun tersebut melalui kolom komentar atau lewat DM. Akun instagram @ngajilagi ini sangat membantu *followers* dalam memperbaiki bacaan Al-Qur'an karena adanya konten cara membaca ayat yang baik dan benar, mulai dari tajwid, hukum bacaan dan lain-lain. Kemudian setelah akun @ngajilagi.id selesai memberikan dan menjelaskan materi ngaji, akun ini akan memberikan pertanyaan kepada *followers* dengan menjawab pertanyaan yang di berikan melalui kolom komentar.

Gambar 1. Contoh Kuis pada Instagram Story



Sumber: akun instagram @ngajilagi.id

Pada instagram terdapat fitur *instagram story* yang kemudian dimanfaatkan akun instagram @ngajilagi untuk memberikan kuis-kuis Q&A (*Question and Answer*) kepada *followers*, seperti tebak surah, melanjutkan ayat suci Al-Qur'an, tebak tajwid/main *true or false* seputar tajwid, kuis mad, hukum bacaan dan cara bedain huruf-huruf hijaiyah yang bunyinya terdengar sama. Ini merupakan salah satu cara atau metode penyampaian pesan/materi yang kuat dan bisa meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers* untuk lebih rajin mempelajari Al-Qur'an sehingga dapat mengaji dengan baik dan benar. Dari pertanyaan-pertanyaan ini timbul rasa ingin tahu dari *followers* yang kemudian berusaha mencari tahu jawaban apa yang benar dari pertanyaan yang

diposting oleh nuna akun instagram @ngajilagi.id, sebutan Nuna ini ditujukan untuk admin akun tersebut.

Berbicara tentang motivasi, motivasi berasal dari bahasa latin "*Movere*" yang berarti suatu dorongan, penggerak suatu energi yang menimbulkan rasa kemauan yang tinggi untuk melakukan sesuatu, untuk mencari tahu sesuatu dengan semangat. (Arianti, 2018). Semakin kuat motivasi yang dimiliki seseorang maka semakin baik kualitas tindakan yang akan ditampilkannya, baik itu dalam hal pendidikan maupun pekerjaan dan lain sebagainya. Menurut B.Uno motivasi ialah dorongan yang timbul karena adanya rangsangan-rangsangan dari dalam diri maupun luar individu sehingga timbulnya suatu keinginan untuk melakukan suatu perubahan yang jauh lebih baik dari sebelumnya. (B.Uno, 2006). Motivasi sebenarnya sudah ada dalam diri individu, tinggal bagaimana setiap orang menghidupkannya melalui kalimat-kalimat positif, dorongan dari orang-orang terdekat, konten-konten yang positif serta dukungan-dukungan, baik itu dukungan dari dalam maupun dukungan dari luar. Dari informasi yang peneliti terima bahwa, untuk membangun dan membangkitkan motivasi, tidak hanya sebatas kalimat-kalimat yang disampaikan teman maupun orang terdekat seperti dukungan orang tua saja, melainkan manusia dapat membangun motivasi nya dibantu oleh media sosial, khususnya instagram yang berisi konten-konten dakwah, yang didalam konten tersebut terdapat ajakan-ajakan untuk berbuat kebaikan, untuk meningkatkan pola pikir yang jauh lebih baik kedepannya, serta kalimat-kalimat positif yang dikemas dengan menarik dan kekinian, sehingga banyak pengguna instagram tertarik untuk melihat dan menimbulkan rasa semangat kemudian termotivasi untuk melakukan kegiatan positif seperti belajar mengaji, konten kreator dakwah seorang aktivis yang membangun semangat serta membangun motivasi para *followers*nya dalam bentuk foto maupun video namun tidak melenceng dari Al-Qur'an dan Hadist.

Akun instagram @ngajilagi.id ada cara tersendiri untuk membangun motivasi tersebut, *Followers* termotivasi untuk melihat dan menjawab kuis-kuis yang diberikan oleh nuna si admin akun @ngajilagi.id ini masuk kedalam jenis motivasi intrinsik, namun sebelumnya *followers* termotivasi dari luar atau disebut ekstrinsik, dimana saat melihat konten mengaji yang di bagikan oleh akun @ngajilagi, kemudian sampai pada beranda akun pribadi pengguna instagram, timbul lah rasa penasaran yang kemudian mencari tahu banyak hal mengenai akun ngaji tersebut dan tumbuh dalam diri seseorang motivasi instrinsik.

Dari informasi yang didapatkan oleh peneliti, bahwa *followers* termotivasi dari faktor ekstrinsik yaitu motivasi dari luar, dari hasil wawancara dengan informan, informan termotivasi dari faktor ekstrinsik yang dilakukan *followers* yang termotivasi dari handphone dan sosial media instagram, saat scroll-scroll beranda muncul konten-konten ngaji kedalam beranda instagram nya, yang kemudian membuat *followers* tertarik dan termotivasi untuk belajar mengaji lewat akun @ngajilagi.id, karena pemaparan materinya yang menarik dan suka dengan konten yang diposting, timbul dalam diri untuk semangat dan serius mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan akun ngajilagi.id karena dari awal menonton konten-kontennya sudah berpengaruh baik terhadap pribadinya. Tentunya ketertarikan itu tidak lepas dengan komunikasi yang baik atau cara penyampaian nuna kepada *followers* nya, karena komunikasi dakwah adalah hal yang penting untuk dikuasai oleh setiap individu.

Komunikasi merupakan tindakan menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Seorang komunikator (yang menyampaikan pesan) akan memberikan pesan, ide,

informasi kepada komunikator (penerima pesan). (Nurhadi & Kurniawan, 2017). Dalam komunikasi terdapat beberapa komponen pokok, seperti sumber, pesan, saluran, penerima, efek dan umpan balik. Komunikasi merupakan suatu kebutuhan dasar yang bisa menjamin arti kehidupan, dengan komunikasi manusia dapat saling bertukar pikiran, saling memberikan informasi sehingga dapat mendatangkan manfaat terhadap lingkungannya. Kegiatan dakwah adalah suatu kegiatan komunikasi, karena seorang da'i atau disebut komunikator menyampaikan, mengkomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u atau disebut komunikan baik secara perseorangan maupun kelompok melalui media pilihan seorang da'i. (Ritonga, 2019). Untuk membuat komunikasi itu berjalan dengan baik tidaklah mudah, Steward L Tubbs, menyatakan bahwa komunikasi dapat dikatakan efektif apabila paling tidak menimbulkan 4 indikasi yaitu, 1) pengertian, yaitu penerimaan yang cermat dan paham apa yang disampaikan oleh komunikator, 2) kesenangan, yaitu dengan komunikasi yang baik, maka akan timbul rasa nyaman, hangat serta keakraban antara komunikator dan komunikan, 3) pengaruh pada sikap, seperti saat seorang penceramah yang ingin membangkitkan sikap keagamaan mad'unya dan mendorong mad'unya untuk beribadah kepada Allah SWT, 4) hubungan sosial yang makin baik, komunikasi ditunjukkan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik, karena makhluk sosial merupakan manusia yang saling membutuhkan satu sama lain untuk bertahan hidup, oleh sebab itu komunikasi harus berjalan dengan baik.

Berdasarkan informasi dan penjelasan yang diperoleh di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa seberapa besarnya aktivitas dakwah, seberapa banyaknya materi yang disampaikan da'i dapat berhasil secara optimal jika didukung oleh proses komunikasi yang baik dan efektif. Oleh sebab itu jika ingin informasi yang disampaikan dapat dipahami atau tersampaikan pada mad'u maka seorang da'i ataupun seseorang komunikator harus menyampaikan materi/informasi dengan penuh perasaan, menggunakan kalimat yang baik dan dikemas dengan kekinian namun tidak melenceng, tumbuh serta timbul dalam hati yang paling dalam sehingga akan keluar kalimat yang terasa lembut dan pesan tersampaikan dengan baik oleh mad'u, karena komunikasi dinyatakan berhasil apabila informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh komunikator.

Gambar 1. *feed Instagram dan Tanggapan Instagram Story*



Sumber: akun instagram @ngajilagi.id

Dari informasi yang diperoleh peneliti, yang menjadi patokan termotivasi nya narasumber untuk belajar mengaji selain dari konten yang dikemas kekinian, faktor lainnya adalah komunikasi yang digunakan sangat baik, kalimat atau bahasa yang digunakan dalam menyampaikan dan pemaparan materi sangat mudah untuk dipahami oleh *followers* serta tehnik penyampaian pada konten @ngajilagi.id membuat akun tersebut banyak penggemarnya sehingga menghasilkan 683RB pengikut. Penggemar akun instagram @ngajilagi.id dengan konten video dan Q&A *instagram story* yang unik

dan terkesan kekinian membuat materi tentang mengaji yang dilihat oleh penggemar atau *followers* dapat tersampaikan dengan baik dan dapat diterima oleh pengikutnya di instagram, *followers* juga dengan mudah menyampaikan saran materi apa selanjutnya yang akan dibahas pada akun tersebut pada kolom komentar, dan dapat bertanya apabila materi yang disampaikan menimbulkan pertanyaan dari *followers*. Banyak respon positif yang dapat dilihat pada kolom komentar tiap postingannya. Hal inilah yang kemudian memotivasi @ngajilagi.id untuk terus memposting dan menjaga konsistensinya dalam mengajak dan memberi materi bahwa mengaji itu tidak sesulit yang dipikirkan. Keberhasilan akun @ngajilagi tersebut dalam memberikan motivasi belajar mengaji dan mengajak untuk mulailah mengaji walaupun masih terbata-bata dapat dilihat dari respon positif para *followers* di kolom komentar, serta penambahan jumlah *followers* dan penonton di akun tersebut.

Instagram dikatakan media yang efektif dalam proses belajar-mengajar dan memberikan informasi keislaman khususnya mengaji karena masyarakat dapat menggunakan instagram tanpa mengeluarkan biaya (gratis) sehingga seluruh masyarakat khususnya *followers* dapat mengakses akun mana yang diminati. Instagram memiliki banyak fitur pendukung yang bisa dikatakan cukup lengkap, sehingga mempermudah pengguna dalam edit-mengedit informasi yang akan disampaikan dan tentunya mudah dioperasikan oleh editor maupun pengguna akun pribadi instagram. Aplikasi instagram tersebut mementingkan/mengutamakan Visual, inilah yang menjadi daya tarik instagram sehingga banyak diminati oleh banyak khalayak. Alasan aplikasi instagram banyak diminati oleh orang banyak dalam hal memperoleh informasi pembelajaran khususnya mengaji yaitu *followers* akun @ngajilagi.id atau pengguna instagram lainnya dapat belajar kapan saja dan dimana saja, tanpa terbatas ruang dan waktu, serta materi yang disampaikan menggunakan media instagram lebih mudah untuk dipahami karena tidak bertele-tele dan pastinya dikemas dengan kreativitas dan inovatif.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan Peneliti bahwa komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah yang dilakukan oleh akun instagram @ngajilagi.id sehingga pengguna instagram lainnya tertarik untuk mengikuti informasi terbaru yang dibagikan oleh akun instagram @ngajilagi.id dengan adanya komunikasi dua arah tersebut sehingga pengguna instagram lainnya termotivasi untuk terus mengikuti akun @ngajilagi.id. Efektivitas yang tergambar pada penelitian ini dengan adanya metode yang beragam yang dilakukan komunikator sebagai sumber informasi dengan media instagram ini baik dari video, *install story* Q&A serta kolom komentar dan DM secara personal yang direspon dengan baik merupakan bentuk keefektifan dari akun tersebut yang digambarkan dari analisis akun dan jawaban dari hasil wawancara secara pribadi oleh peneliti dengan pengikut akun instagram @ngajilagi.id

Kesimpulan

Umat Islam sudah tentu mengetahui bahwa mengaji merupakan bentuk ibadah yang pahalanya bernilai tinggi serta banyak memperoleh kebaikan setiap huruf yang dibacakan, dan untuk memperoleh pahala itu umat Islam diharuskan mempelajari Al-Qur'an dengan benar. Akun instagram @ngajilagi.id berhasil meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers*, karena Komunikasi yang baik akan menghasilkan hasil yang baik pula, caranya yang unik dalam menyampaikan materi tentang mengaji, membuat *followers* tertarik untuk menonton konten-konten belajar mengaji yang

diposting pada *feed* instagram @ngajilagi, dan setelah materi tentang belajar Al-Qur'an disampaikan lewat konten, baik itu materi tentang tajwid, hukum bacaan dan lain-lainnya, maka admit atau pemateri akan memberikan pertanyaan pada *followers* dari materi yang disampaikan, kemudian *followers* akan menjawabnya lewat kolom komentar. Komunikasi tentunya juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan motivasi *followers*, oleh sebab itu konten Kreator @ngajilagi bijak dalam memilih bahasa sederhana yang mudah dipahami dan dimaknai oleh para *followers*nya, sehingga pesan ataupun ajaran yang disampaikan dapat diterima baik oleh *followers*. Karena komunikasi dinyatakan berhasil apabila pesan yang disampaikan seorang komunikator (pemberi informasi) dapat dipahami oleh komunikan (penerima pesan).

Adanya fitur-fitur di Instagram mempermudah admin mengemas konten dengan menarik, kuis-kuis yang ditampilkan pada instagram story juga berpengaruh besar dalam meningkatkan motivasi belajar mengaji, dengan adanya kuis tersebut, timbul rasa ingin tahu pada *followers* yang kemudian termotivasi untuk mencari tahu jawaban apa yang benar dan akan menjadi suatu kesenangan apabila jawaban yang pilih oleh *followers* benar adanya. Dari 3 informan penelitian, informasi yang diperoleh peneliti mengenai efektivitas instagram @ngajilagi.id dalam meningkatkan motivasi belajar mengaji pada *followers*, Inilah yang menjadi alasan meningkatnya semangat serta termotivasi untuk lebih rajin belajar mengaji. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengaji penelitian ini secara mendalam dengan metode yang berbeda secara kuantitatif agar dapat menjadi data pembanding atau perbaikan pada penelitian yang sudah ada.

Referensi

- Aisyah, S. (2018). AL-IMAN : Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan. *Jurnal Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 2(1), 134-154.
<http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/aliman/article/view/4441>
- Al-Bantani, T. N. (2012). *Qur'an Mushaf Al-Bantani*.
- Amroeni Drajat. (2017). *No Title Ulumul Qur'an : Pengantar Ilmu-Ilmu Al-Qur'an*. kencana.
- Andi Setiawan, M., & Suci Maghfirah, I. (2021). Efektivitas Aplikasi Zoom Dalam Proses Pembelajaran Matematika. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 6(1), 33-37.
<https://doi.org/10.33084/bitnet.v6i1.2565>
- Arianti. (2018). PERANAN GURU DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA. *Didaktika*, 12(2), 117-134.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920-8928.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Astuti, W., & Nugraheni, R. (2021). Peran Guru Dalam Mengatasi Kesulitan Membaca Al-Quran. *Jurnal Ihtimam*, 4(2), 194-207. <https://doi.org/10.36668/jih.v4i2.307>
- Azzahra, A., Fransiska, K. B., Pratiwi, S. D., & Alfarisy, F. (2022). Analisis Padanan Kata pada Fitur-Fitur Media Sosial. *Deiksis*, 14(3), 291.
<https://doi.org/10.30998/deiksis.v14i3.11647>
- B.Uno, H. (2006). *Teori Motivasi Dan Pengukurannya. analisis dibidang pendidikan*. PT. Bumi Aksara.
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2), 22. <https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>

- Giantika, G. G. (2019). Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast). *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.4707>
- Hendra, M. D., & Yuliardiana, F. (2021). Media sosial instagram sebagai media dakwah (analisis isi konten pada akun @kpopers.hijrah). *Madania*, 11(1), 40–54. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/madania/article/view/13999>
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Khairina, U. (2020). Jurnal Peurawi : Media Kajian Komunikasi Islam. *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam*, 3(2), 1–20.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Pattaling. (2013). Problematika Dakwah Dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah. *Jurnal Farabi*, 10 No. 2 D, 143–156. <https://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/fa/article/view/772/583>
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan*, 3(1), 60–77.
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 179–186. <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1), 126–142. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.510>
- Sakdiah, H. (2017). Urgensi Interpersonal Skill Dalam Dakwah Persuasif. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35(1), 1–14. <https://doi.org/10.21580/jid.v35.1.1230>
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.