

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai praktik dakwah mahasiswa melalui Instagram, dapat disimpulkan bahwa aktivitas dakwah digital yang dilakukan para narasumber berlangsung secara beragam, baik dari segi motivasi, frekuensi maupun bentuk konten yang dibagikan.

Pertama, dalam hal frekuensi, tidak seluruh mahasiswa menunjukkan konsistensi dalam memposting konten dakwah. Sebagian kecil memiliki riwayat memposting secara rutin, sementara kelompok yang lebih besar hanya memposting pada kondisi tertentu atau bahkan hanya sesekali. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial tidak menjadi aktivitas utama, melainkan dilakukan secara situasional dan bergantung pada motivasi, suasana hati, kesibukan, serta relevansi konten yang ditemukan.

Kedua, dari segi jenis konten, mahasiswa cenderung memilih format yang sederhana dan mudah dibagikan, seperti quotes islami, konten motivasional, dan repost dakwah dari akun lain. Selain itu, beberapa narasumber juga membagikan potongan ceramah, video pendek, maupun dokumentasi kegiatan dakwah kampus. Keragaman ini menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan berbagai bentuk media yang sesuai dengan karakteristik Instagram sebagai platform visual dan praktis.

Kemudian berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin mengenai motivasi mereka dalam memposting konten dakwah melalui akun Instagram, ditemukan bahwa terdapat tiga jenis motivasi utama yang mendorong mereka melakukan aktivitas dakwah digital tersebut, yaitu:

1. Motivasi sebagai bentuk pengingat diri sendiri

Motivasi ini termasuk ke dalam kategori motivasi dari dalam diri (motivasi intrinsik atau intrinsic motivation), yaitu dorongan yang timbul bukan karena tekanan dari luar, melainkan karena adanya kebutuhan pribadi untuk memperbaiki diri dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Berdasarkan teori *Self-Determination* yang dikembangkan oleh Deci dan Ryan, motivasi seperti ini muncul ketika seseorang merasa memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan, merasa mampu dalam melakukan sesuatu, dan merasa terhubung dengan nilai-nilai yang diyakini. Dalam konteks ini, mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk melakukan refleksi spiritual dan memperkuat jati diri keislaman mereka. Mereka menjadikan unggahan dakwah sebagai media muhasabah, bukan sekadar sebagai ajang pencitraan.

2. Motivasi untuk dibagikan kepada orang lain

Motivasi ini lebih bersifat sosial dan muncul dari dorongan untuk memberi manfaat kepada sesama. Dalam teori kebutuhan sosial (social needs theory) yang dikemukakan oleh David McClelland, dorongan ini

termasuk ke dalam kebutuhan akan afiliasi (*need for affiliation*), yaitu kebutuhan seseorang untuk menjalin hubungan sosial yang positif dan diterima oleh lingkungannya. Mahasiswa yang memiliki motivasi ini berharap konten dakwah yang mereka bagikan dapat menginspirasi, mengedukasi, serta mendorong orang lain untuk lebih mendekat kepada ajaran Islam. Mereka melihat media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif karena mampu menjangkau audiens yang luas dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda masa kini.

### 3. Motivasi karena merasa relate dengan konten

Motivasi ini muncul karena adanya keterhubungan secara emosional terhadap isi pesan dalam konten dakwah. Mahasiswa merasa bahwa isi konten tersebut sangat sesuai dengan keadaan yang sedang mereka alami, sehingga timbul dorongan untuk membagikannya kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan teori keterlibatan personal (personal involvement theory) yang dijelaskan oleh Judith Lynne Zaichkowsky, bahwa seseorang akan cenderung merespons atau menyebarkan suatu pesan ketika pesan tersebut dianggap relevan dan menyentuh pengalaman pribadi atau nilai-nilai yang dianut. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya membagikan konten karena isinya islami, tetapi karena konten tersebut seolah mewakili isi hati mereka. Dengan demikian, dakwah menjadi lebih personal, jujur, dan menyentuh.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran berikut:

### 1. Untuk mahasiswa

Mahasiswa diharapkan agar terus menjadikan media sosial sebagai sarana positif untuk berdakwah dan memperkuat nilai-nilai keislaman. Penting untuk mempertahankan motivasi dari dalam diri (motivasi intrinsik), sehingga aktivitas dakwah yang dilakukan tidak bergantung pada respon atau pujian dari orang lain. Unggahan yang dilandasi niat tulus karena Allah SWT akan memberikan dampak yang lebih kuat dan bertahan lama, baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Selain itu, mahasiswa perlu menyadari bahwa dakwah tidak harus dilakukan secara formal. Menyampaikan satu kutipan ayat atau nasihat kebaikan yang menyentuh hati pun sudah merupakan bagian dari dakwah yang bernilai.

### 2. Untuk Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas sebagai institusi pendidikan yang menaungi para calon pendakwah masa depan diharapkan dapat menyediakan ruang pengembangan dakwah digital secara lebih serius dan terstruktur. Program pelatihan pembuatan konten, literasi media sosial, serta pembinaan akhlak berdakwah di ruang digital perlu ditingkatkan. Pendekatan pembinaan sebaiknya juga mempertimbangkan aspek-aspek motivasional seperti kebutuhan afiliasi, aktualisasi diri, dan otonomi keagamaan mahasiswa.

Teori-teori seperti Self-Determination Theory dan Theory of Needs bisa menjadi landasan dalam menyusun kurikulum dakwah digital yang adaptif dan relevan dengan karakter generasi Z.

### 3. Untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat melanjutkan kajian ini ke arah yang lebih luas dan mendalam. Beberapa topik yang bisa diteliti antara lain: bagaimana algoritma media sosial memengaruhi jangkauan konten dakwah, bagaimana respon pengikut terhadap konten-konten keislaman, atau bagaimana strategi komunikasi dakwah yang paling efektif di era digital. Selain itu, bisa juga dilakukan penelitian kuantitatif dengan skala yang lebih besar untuk mengetahui pola-pola motivasi dakwah mahasiswa berdasarkan jenis konten, frekuensi posting, atau latar belakang akademik. Pendekatan interdisipliner antara ilmu dakwah, psikologi, dan komunikasi juga sangat terbuka untuk dikembangkan lebih lanjut.