

PENERIMAAN PESAN DAKWAH NGAJI FILSAFAT MELALUI INSTAGRAM

MESSAGE ACCEPTANCE OF NGAJI FILSAFAT PREACHING THROUGH INSTAGRAM

Bayujati Prakoso

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro
Jl. Erlangga Barat 7 No. 33, Semarang, Jawa Tengah

Email: bayujatiprakoso@students.undip.ac.id

Naskah diterima: 8 Mei 2020, Direvisi: 10 Juli 2020, Disetujui: 9 September 2020

Abstrak – Tujuan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui dampak penerimaan pesan dakwah Ngaji Filsafat melalui Instagram dengan Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data penelitian ini dengan cara wawancara terhadap tiga belas informan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan dakwah Ngaji Filsafat melalui Instagram terbilang efektif untuk memotivasi hijrah ke arah lebih baik, seperti dapat meningkatkan pemahaman religiusitas, nilai-nilai kehidupan, berbenah diri, dan refleksi diri, meningkatkan khazanah wawasan pengetahuan, serta menciptakan gerakan perubahan. Perilaku tersebut, inheren dengan faktor-faktor lingkungan, pengetahuan dan perilaku informan. Hal ini selaras dengan resiprokal triadik Albert Bandura.

Kata Kunci: Motivasi Hijrah, Transformasi Dakwah, Ngaji Filsafat, Teori Pembelajaran Sosial

Abstract – This study aimed to understand the impact of message acceptance of Ngaji Filsafat preaching through Instagram using the Albert Bandura Social Learning Theory. In achieving the goal, this study used a qualitative approach with the case study method. Data sources of this study were from interviews on 13 informants and documentation. The study result shows that Ngaji Filsafat preaching through Instagram is effective in motivating hijra for the better, such as improving religiosity understanding, providing life values motivation, motivating to continue to improve and reflect oneself, improving knowledge insight, and triggering oneself to create change movements. These behaviors are inherent with environmental factors, knowledge (personal), and informants' behavior. It is consistent with Albert Bandura's triadic reciprocal.

Keywords: Hijra Motivation, Preach Transformation, Ngaji Filsafat, Social Learning Theory

PENDAHULUAN

Di era seperti saat ini, dakwah dilakukan dengan cara yang beragam. Pendekatan menggunakan media sosial adalah salah satunya. Pengemasan melalui dunia virtual melalui media sosial tampaknya menjadi tantangan tersendiri bagi pendakwah untuk membumikan spirit dakwah di era kekinian. Upaya kontekstualisasi dakwah, melakukan dakwah dengan menyesuaikan kondisi zaman adalah konsekuensi logis-moril bagi setiap muslim. Ditambah dengan adanya internet, membuat semakin cepat, mudah, dan meluasnya dakwah (Maulidah & Fatoni, 2019).

Dakwah merupakan proses penyebarluasan ajaran agama Islam di seluruh dunia (Fitriyana, 2019). Dakwah adalah sebuah proses transfer nilai dari yang

sebelumnya ada pada situasi negatif menuju situasi positif, dari kekufuran menuju keimanan/ketakwaan, dan dari kemaksiatan menuju ketaatan pada hukum Tuhan dalam rangka mencapai ridha Allah (Nizar, 2018). Dakwah, merubah keadaan ke arah yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Pengamalan Islam sebagai ajaran dan pandangan hidup menjadi bagian yang inheren oleh kaum muslim (Hati, 2018).

Berdasarkan data yang dikeluarkan APJII pada 2018, terdapat 171,17 juta orang pengguna internet dari 264,16 juta orang total populasi penduduk Indonesia. Data ini menunjukkan 64,8 % penetrasi pengguna internet di Indonesia. Menurut data yang dilansir oleh APJII (2018), rata-rata waktu penggunaan internet dalam sehari, paling tinggi yakni

8 jam keatas (19,6 %). Disisi lain, dalam sebuah studi tentang Pengguna Media Sosial di 5 Negara (2017-2022), pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2022 diperkirakan mencapai 125,4 juta pengguna. Data ini menunjukkan peningkatan dari 2017 yang total pengguna media sosial berjumlah 96,1 juta (Katadata, 2017).

Dari data diatas menunjukkan bahwa keberadaan internet dan media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat di Indonesia. Bahkan, menjadi kebutuhan primer bagi sebagian masyarakat Indonesia (Aziz, 2017). Realitas kehidupan berubah drastis akibat dampak kemunculan internet dan media sosial sebagai instrumen manusia untuk membantu mencari informasi, hiburan, edukasi, hingga dimanfaatkan untuk melakukan dakwah (Hidayatullah & Darmaningrum, 2019). Media sosial telah menjadi kebutuhan (*need*), bukan lagi gaya hidup (*lifestyle*) (Aziz, 2018).

Instagram merupakan salah satu produk dari media sosial. Dalam sebuah studi Cuponation tahun 2019 tentang pengguna (*users*) Instagram di berbagai negara, menunjukkan Indonesia merupakan pengguna Instagram terbesar ke4 di dunia, dengan total pengguna Instagram di Indonesia yakni 56 juta pengguna. Indonesia mengalahkan Russia, Turki, Jepang, Jerman dan lain sebagainya. (Cuponation, 2019) Sementara, menurut hasil survei We Are Social (2018), menunjukkan bahwa Indonesia berhasil masuk ke dalam 10 negara dengan jumlah pengguna aktif instagram terbesar. Indonesia menduduki peringkat ke-3 dengan total jumlah pengguna sebanyak 53 juta pengguna aktif Instagram. Diurutan pertama adalah Amerika Serikat sejumlah 110 juta pengguna aktif, lalu, peringkat kedua yakni Brazil sejumlah 57 juta pengguna aktif (Katadata, 2018). Kemudian, penduduk muslim di Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan berjumlah 229,62 juta jiwa (Kusnandar, 2019).

Berdasarkan data diatas, hal ini membuktikan bahwa Instagram berpotensi untuk dapat dimanfaatkan oleh masyarakat pada umumnya, tak terkecuali pendakwah yang memanfaatkannya sebagai sarana dakwah. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Instagram menjadi media sosial yang efektif sebagai instrumen bagi para pendakwah

untuk menyampaikan pesan-pesan dakwahnya (Nurrahmi & Farabuana, 2020; Mulia, 2018; Isnaini, 2018; Anggraini, 2020; Putri, 2018). Berdasar temuan Nurrahmi & Farabuana (2020) penggunaan Instagram memberi dampak pada peningkatan pemahaman religius, mendorong perubahan pada perilaku informan.

Khalayak nantinya dapat ikut serta aktif dalam kegiatan virtual tersebut, berbagi informasi, dan berdiskusi. Jangkauan aksesnya adalah seluruh dunia. Hal ini adalah ciri masyarakat informasi (Surahman, 2019). Para pendakwah melakukan dakwah dengan menyiapkan konten dakwahnya dengan berbagai macam konsep dan pendekatan, kemudian di publikasikan melalui akun Instagramnya. Misi dakwah dengan melalui Instagram sebagai alat dakwahnya adalah sebagai upaya menjawab tantangan perkembangan zaman yang kian modern.

Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah antara lain pemanfaatan media sosial oleh para da'i di Indonesia (Ni'amah & Putri, 2019), konten dakwah Pemuda Hijrah di Instagram (Nurrahmi & Farabuana, 2020), dakwah multimedia melalui Facebook (Anshar, 2019; Latifah, 2019), pemanfaatan media sosial YouTube oleh pendakwah di Indonesia (Cahyono & Hassani, 2019; Arifin, 2019; Hakim, 2019), dakwah di majalah Ummi (Ulfah, 2016). Seiring perkembangan zaman, dakwah dituntut untuk dapat berkreasi dan berinovasi dalam menyampaikan sebuah pesan-pesan dakwah agar efektif dan menarik. Seperti yang dikemukakan Tohir (2012) dalam Marfu'ah (2017) adanya inovasi dan kreativitas dakwah di era kekinian ini adalah tidak lain dalam rangka beradaptasi dengan kondisi zaman.

Ngaji Filsafat berisi pembahasan seputar Filsafat Yunani, Barat, Timur, Islam dan Nusantara, periode klasik, modern, dan postmodern. Konten keilmuan Filsafat ini juga banyak dijadikan sebuah hikmah. Awalnya, Ngaji Filsafat adalah kajian rutin secara langsung dengan pengampu Dr. Fahrudin Faiz, M.Ag. di Masjid Jendral Sudirman (MJS), Yogyakarta. Ngaji Filsafat dimulai pada tahun 2013. Ngaji Filsafat merupakan salah satu kajian rutin di Masjid Jendral Sudirman.

Dalam Penelitian ini, fokus utama terdapat pada penerima pesan dari konten Ngaji Filsafat di Instagram. Studi ini bertujuan ingin mengetahui

dampak penerimaan pesan dakwah Ngaji Filsafat melalui Instagram dengan Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi secara deskriptif-mendalam dakwah Ngaji Filsafat melalui Instagram, dan korelasinya dengan Teori Pembelajaran Sosial Albert Bandura (Barlian, 2016). Metode studi kasus digunakan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan terkini dan interaksi lingkungan; individu, kelompok, dan masyarakat (Suryana, 2010). Fokus kasus pada penelitian ini adalah dakwah Ngaji Filsafat melalui Instagram. Sumber data yang digunakan yakni wawancara.

Kriteria pemilihan informan adalah dengan menyeleksi orang-orang atas dasar kriteria tertentu yang telah dibuat peneliti berdasarkan tujuan riset. Kriterianya yakni orang yang sudah mengakses akun Instagram Ngaji Filsafat kurang lebih 1-2 bulan terakhir. Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat tiga belas orang yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai informan penelitian. Tidak adanya pencantuman identitas diri yang asli informan dalam laporan penelitian ini merupakan upaya menjaga kerahasiaan identitas dalam penelitian ini, sehingga dalam penelitian ini digunakan nama inisial.

Alasan pemilihan informan disebabkan target peserta/penonton dari Ngaji Filsafat adalah kawula muda, yakni salah satu nya mahasiswa/pelajar. Pada tabel 1 menunjukkan profil informan yang telah di wawancara secara terpisah dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan terakhir.

Tabel 1. Profil Informan

No	Nama	Tempat Tinggal	Status	Umur
1.	R	Soppeng	Mahasiswa	22 Tahun
2.	MTU	Sukoharjo	Mahasiswa	21 Tahun
3.	DU	Bogor	Mahasiswa	22 Tahun
4.	DN	Tangerang Selatan	Mahasiswa	20 Tahun
5.	KW	Tangerang	Pelajar	13

				Tahun
6.	RB	Jakarta	Mahasiswa	21 Tahun
7.	MRA	Bekasi	Karyawan	22 Tahun
8.	AS	Jakarta	Mahasiswa	22 Tahun
9.	DR	Jakarta	Mahasiswa	23 Tahun
10.	YL	Jakarta	Mahasiswa	19 Tahun
11.	AS	Depok	Mahasiswa	21 Tahun
12.	AK	Tangerang	Mahasiswa	21 Tahun
13.	MYS	Makassar	Mahasiswa	22 Tahun

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ngaji Filsafat: Sebuah Dakwah Kontemporer

Upaya melakukan dakwah adalah keharusan bagi setiap muslim. (Ni'mah, 2016; Ghoni, 2018) Tugas dakwah bagi setiap muslim, dilakukan muslim telah baligh, berakal, baik untuk laki-laki dan perempuan muslim. Mengemban amanah ini merupakan satu keharusan dengan membawa misi Islam yang *rahmatan lil alamin*. Dalam membawa misi Islam sebagai agama rahmat bagi seluruh alam, para pendakwah dituntut untuk melakukan berbagai pendekatan dan metode agar dakwah tersebut dapat efektif ke masyarakat.

Dakwah kini semakin meluas dan berbagai metode dilakukan. Penyesuaian terhadap kondisi zaman adalah kunci untuk efektivitas dakwah di masyarakat. Penyesuaian tersebut menggunakan media massa, tidak terkecuali media Instagram sebagai alat strategisnya. Dari kemajuan teknologi dan modernisasi ini, terlebih media sosial dapat menjadi alat konstruksi citra seseorang (Kertamukti, 2015).

Terdapat perintah untuk melakukan dakwah, sebagaimana dalam surat Al Imran ayat 110, Allah dalam Al Qur'an berfirman;

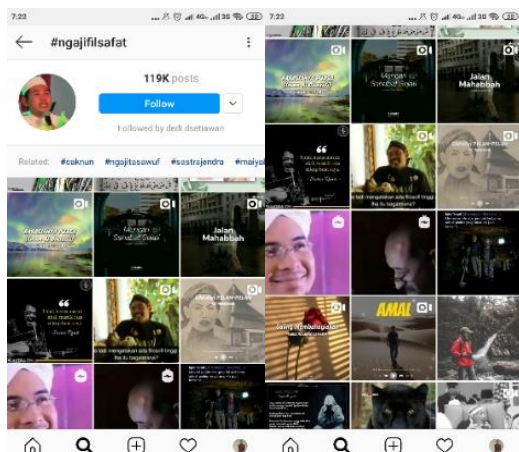
كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman

kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (Q.S. Al Imran: 110)

Ayat diatas menunjukkan perintah kepada segenap muslim untuk melakukan dakwah yakni menjalankan perbuatan kebaikan (ma'ruf), dan mencegah perbuatan yang mungkar (munkar). Hal ini demi menjadi umat terbaik (*khoiru ummah*) disisi Allah SWT. Maka, setiap muslim hendaknya berlomba-lomba dalam berbuat kebaikan (*fastabiqul khairat*). sebagaimana termaktub dalam Al Baqarah ayat 148; *Wa likulliw wij-hatun huwa muwallihā fastabiqul-khairāt, aina mā takunū ya`ti bikumullāhu jamī`ā, innallāha `alā kulli syai`ing qadīr* (Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu).

Ngaji Filsafat muncul sebagai bagian dalam menyampaikan dan membumikan spirit dakwah. Ngaji Filsafat, rutin dilaksanakan di Masjid Jendral Sudirman pada setiap Rabu malam, selepas salat Isya, sekitar pukul 20.00 sampai dengan 22.00 WIB. Ngaji Filsafat adalah salah satu agenda kajian di Masjid Jendral Sudirman. Gambar 1 menunjukkan beberapa konten dakwah Ngaji Filsafat yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram.



Gambar 1. Tag Pencarian #Ngajifilsafat di Instagram

Selain memang rutin dilakukan di Masjid Jendral Sudirman, Ngaji Filsafat juga direkam, kemudian di publikasikan (*upload*) menjadi konten dakwah melalui laman website resminya seperti yang

terlihat pada gambar 2. Selain itu konten tersebut juga disebar di media sosial lainnya yaitu pada kanal resmi YouTube, Podcast, Facebook, dan sebagainya.

Berdasarkan wawancara Kumparan dengan Fahrudin Faiz (7/6/2019), Ngaji Filsafat adalah sebuah kajian dengan nuansa yang berbeda dari umumnya. Umumnya, pembahasan pengajian identik dengan pembahasan perihal keagamaan-religius, akan tetapi, Ngaji Filsafat membahas mengenai ilmu umum (keilmuan). Tujuan dari Ngaji Filsafat ini, menurut Faiz yakni orientasinya mencari ilmu dan meramaikan masjid. “Jadi misi kami memang nggak mendoktrin, juga nggak jadi antiradikalisme. Cuma pengen cari ilmu. Jadi niatnya itu saja: meramaikan masjid. Kalau bahasanya mereka (takmir masjid): membudayakan masjid. Slogan mereka kan gitu” (Kumparan, 2019).

Menurut Faiz, diharapkan masjid dapat menjadi basis pusat budaya keilmuan umat Islam. Ngaji Filsafat tampak berbeda seperti pengajian lainnya. Pengajian ini dengan menghidupkan keilmuannya, selain sebagai tempat ibadah. Ini sesuai, menurut Faiz, dengan anjuran Rasulullah SAW bahwa, “Ya. Masjid itu, kayak zaman nabi, selain tempat beribadah kan juga pusat budaya, pusat intelektualisme.” (Kumparan, 2019)

Dari hal diatas, rupanya Ngaji Filsafat bertujuan untuk membangun spirit keilmuan di Masjid. Sebab, masjid adalah pusat peradaban ilmu. Selain itu, ini adalah bagian dari membumikan spirit dakwah melalui masjid. Kini konten dakwah Ngaji Filsafat sudah menembus sampai 261. Pada gambar 5 menunjukkan konten Ngaji Filsafat 261 ini edisi Filsafat Ekonomi yang dilakukan pada 11 Maret 2020 bertajuk “Max Weber - The Protestan Ethics and The Spirit of Capitalism” seperti pada gambar di bawah ini. (MJSChannel, 2020)



Gambar 2. Laman Website Resmi Masjid Jendral Sudirman

Sumber: Laman Website Resmi MJS Colombo



Gambar 3. Video Ngaji Filsafat 261 : Max Weber - The Protestant Ethics and The Spirit of Capitalism dalam kanal YouTube MJS Channel

Intensitas Menonton Ngaji Filsafat melalui Instagram

Informan menonton konten Ngaji Filsafat sebanyak satu kali sampai dengan tiga kali dalam seminggu. Alasan informan menonton konten Ngaji Filsafat mengaku karena menambah wawasan dan ilmu, sekaligus sebagai upaya refleksi autokritik diri informan. Oleh sebab itu, yang menjadikan informan merasa tertarik, dan penting untuk menonton konten Ngaji Filsafat.

Sedangkan, durasi yang dihabiskan informan ketika menonton video berkisar antara dua sampai tiga menit dalam sekali akses, dan paling tinggi sampai kurang lebih dua jam dalam sekali akses. Durasi yang cukup beragam ini didasari atas rasa keingintahuan informan untuk mencapai nilai tambah pelajaran bagi diri mereka, dan sebagai referensi penting, ilmu filsafat, dan pemahaman keagamaan dalam kehidupan.

Berdasarkan hasil wawancara, pada tabel 2 menunjukkan mengenai dampak yang dirasakan oleh informan ketika menonton Ngaji Filsafat. Berikut disampaikan dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 2. Alasan Menonton Ngaji Filsafat

No	Nama	Dampak/Pengaruh Menonton
1.	R	Iya. Peningkatan pemahaman keagamaan dan wawasan keilmuan.
2.	MTU	Kontennya berpengaruh, karena mendapatkan berbagai referensi baru mengenai filsafat dan pengetahuan yang bersangkutan dengannya. Dengan mendalami substansi konten dari ngaji filsafat, menambah keyakinan kepada Tuhan, bahwa ialah yang merencanakan segalanya.
3.	DU	Jarang dan bisa jadi berpengaruh pada peningkatan keimanan dan religiusitas.
4.	DN	Sangat membantu. Ngaji filsafat

menambah wawasan serta membuka cakrawala berpikir. Tentu, dapat meningkatkan keimanan dan religiusitas, sebab ngaji filsafat ada ruang yang mempertemukan ilmu keagamaan dan barat. Selain itu, dengan mempelajari ini sebenarnya kita dapat mematahkan stigma kalau orang yang gemar belajar filsafat itu hanya orang ateis saja. Padahal, sebagai orang Islam diharuskan untuk berpikir kritis dengan menggunakan akal yang telah dianugerahkan-Nya. Hal ini menjadikan saya menjadi ingin lebih mengenal dan dekat dengan Sang Pencipta.

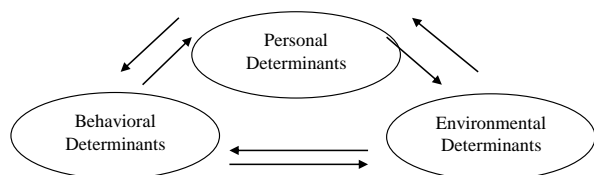
5. KW Berpengaruh sekali pada peningkatan pemahaman keilmuan dan wawasan saya.
6. RB Iya berpengaruh dalam setiap konten yang ditonton membuat saya merenung dan menjadikannya sebagai wawasan baru. Selain itu, setelah menonton konten tersebut membuat saya menjadi lebih mengenal Allah dan mengenal diri sendiri serta merasa bahwa apa yang saya lakukan untuk Allah masih sangat kurang, dan juga sedikit memberi motivasi untuk lebih mengenal diri sendiri dan Yang Maha Pencipta.
7. MRA Berpengaruh mendapat wawasan terkait keilmuan terutama filsafat, dan berpengaruh pada peningkatan religiusitas. Selain itu, memotivasi untuk diri.
8. AS Untuk beberapa pembahasan yang diminati, jelas menambah pada wawasan keilmuan. Sampai saat ini masih belum berpengaruh pada peningkatan keimanan. Lebih mendalami beberapa ilmu, terutama tentang diri.
9. DR Ya lumayan. Ya, sangat berpengaruh pada peningkatan keimanan, dan termotivasi banget, kadang kalau lagi sedih suka cari *channel* ngaji biar lebih sadar dan termotivasi lagi dan ingat Allah tidak akan memberikan cobaan melebihi batas dari kemampuan umatnya dan membuat menjadi lebih bersyukur.
10. YL Berpengaruh karena banyak hal yang saya belum tahu kemudian menjadi

- tahu dan mendapatkan pemahaman. Selain itu, juga berpengaruh (peningkatan religiusitas) karena konten yang memang menyajikan kajian namun dikemas dengan cara yang komunikatif dan menyentuh sehingga mendapatkan pencerahan. Termotivasi karena konten yang terdapat didalamnya banyak berisi perihal keagamaan dengan kisah-kisah tokoh atau mutafaqun alaihi.
11. AS Berpengaruh, dari mendengarkan kajian beliau pemahaman wawasan dari segitu pemberian beliau membuat saya lebih paham tentang filsafat. Dari kajian ini membuat kita yakin untuk membentengi diri kita dari hal yg kita sudah tau.
12. AK Berpengaruh, karena memiliki nilai pelajaran yang menambah ke pengetahuan & berpengaruh pada peningkatan keimanan karena apa yang disampaikan mengandung makna yang baik.

Sumber: hasil wawancara penelitian

Pembelajaran Sosial dalam Ngaji Filsafat

Teori pembelajaran sosial mengabdikan/mencurahkan banyak perhatian terhadap asal-usul sosial dari pikiran dan mekanisme di mana faktor sosial mengerahkan pengaruhnya terhadap fungsi kognitif (Muller & Craig, 2007). Gambar 4 menunjukkan skema resiprokal triadik *Social Learning Theory* Bandura. Teori ini ditentukan oleh hubungan antara faktor kognitif/personal (*personal determinants*), faktor lingkungan (*environmental determinants*), dan faktor perilaku (*behavioral determinants*).



Gambar 4. Skema Resiprokal Triadik Teori Pembelajaran Sosial Bandura (dalam Muller & Craig, 2007)

Bandura (2001) dalam *Social Cognitive Theory of Mass Communication* menjelaskan bahwa, perilaku manusia sering dijelaskan dalam hal sebab-akibat yang searah, di mana perilaku dibentuk dan dikontrol

baik oleh pengaruh lingkungan atau oleh disposisi internal. “*Human behavior has often been explained in terms of unidirectional causation, in which behavior is shape and controlled either by environmental influences or by internal dispositions.*”

Terdapat fungsi psiko-sosial dalam hal sebab timbal balik atau disebut hubungan triadik (Bandura, 2001). Menurutnya, dalam pandangan transaksional tentang diri dan masyarakat, pribadi faktor-faktor dalam bentuk peristiwa kognitif, afektif, dan biologis, perilaku pola, dan peristiwa lingkungan semuanya beroperasi sebagai penentu yang berinteraksi itu saling memengaruhi dua arah.

Teori pembelajaran sosial ini berupaya menjelaskan fungsi psikososial dalam hal terma dari resiprokal triadik (Bandura, 2001). Dalam pandangan transaksional tentang diri dan masyarakat, pribadi faktor-faktor dalam bentuk peristiwa kognitif, afektif, dan biologis, pola perilaku, dan peristiwa lingkungan semuanya beroperasi sebagai penentu yang berinteraksi dengan saling memengaruhi satu sama lain

Fokus dalam teori ini yakni menekankan pada perilaku manusia dalam konteks interaksi timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku, dan pengaruh lingkungan. Kondisi lingkungan sekitar individu sangat berpengaruh pada pola belajar sosial jenis ini. Teori Pembelajaran Sosial, menurut Bandura (2001) dalam Muller & Craig (2007) berlangsung pada proses kognitif, perwakilan, pengaturan diri, dan proses reflektif. Sebagian besar pengaruh eksternal memengaruhi perilaku melalui proses kognitif daripada secara langsung. Faktor kognitif sebagian dapat menentukan kejadian lingkungan mana yang akan diamati, apa maknanya diberikan kepada seseorang, apakah mereka meninggalkan efek, apa dampak emosional atau perilaku dan memotivasi kekuatan yang akan mereka miliki, dan bagaimana informasi yang mereka sampaikan akan diatur untuk penggunaan di masa depan.

Simbol-simbol itulah orang memproses dan mentransformasikannya pengalaman sementara menjadi model kognitif yang berfungsi sebagai panduan untuk penilaian dan tindakan. Melalui simbol, orang memberi makna, bentuk, dan keberlanjutan untuk pengalaman seseorang (Muller & Craig, 2007). Merujuk kerangka teori Pembelajaran,

terdapat proses pembelajaran sosial atas peristiwa sosial. Proses pembelajaran sosial dalam Ngaji Filsafat dimulai dengan; 1) *Attention*; 2) *Retention*; 3) *Reproduction*; 4) *Motivation*.

Proses *Attention* (perhatian). Tahap pertama dalam pembelajaran sosial adalah perhatian. Perhatian atas menonton Ngaji Filsafat berupa memerhatikan substansi Ngaji Filsafat. Penting, bagi informan, memerhatikan substansi/muatan dalam Ngaji Filsafat dalam rangka peningkatan khazanah keilmuan, utamanya Filsafat. Selain itu, juga meningkatkan pada pemahaman keagamaan (religiusitas). Kesatuan ruh kompetensi keilmuan (keagamaan-ilmu umum) menjadi sebab muasal bagi informan untuk memerhatikan konten Ngaji Filsafat.

“Kadang datang secara langsung, kadang melalui you tube, namun seringnya menggunakan Instagram. Karena pesan yang ditampilkan pada Instragram adalah isi dari ceramah Ust Faiz.” (wawancara peneliti pada MTU)

Berdasarkan wawancara diatas, informan menampilkan sikap atensi yang cukup tinggi. Atensi diwujudkan dengan perilaku datang ke Ngaji Filsafat tersebut secara langsung di Masjid Jendral Sudirman, Yogyakarta, dan jika tidak, informan mengaksesnya melalui kanal YouTube, dan Instagram. Sifat kebutuhan, menjadi faktor dalam atensi informan. Kebutuhan akan pesan (hikmah) yang terkandung di dalam Ngaji Filsafat.

Kedua, *Retention* (ingatan). Dalam tahap ini menampilkan proses seseorang untuk mengingat sesuatu hal/peristiwa yang telah diamati. Informan kini mengingat konten-konten Ngaji Filsafat yang telah ditontonnya. Proses mengingat ini berupa materi, atau substansi nilai oleh Fahrudin Faiz dalam video Ngaji Filsafat melalui Instagram.

“Tingkat kebahagiaan. Dalam konten tersebut dijelaskan bahwasannya tingkat kebahagiaan itu tidak memiliki tolak ukur yang seragam dari satu orang dengan orang lain, melainkan segala apapun yang kita dapat dan berasal dari Allah harus kita nikmati seutuhnya dengan ikhlas dan tawakal.” (wawancara peneliti pada YL)”

“Konten kosep pendidikan di Era Ahmad Dahlan, Hasyim Asy'ari, Ki Hajar Dewantoro

dan Kartini. Dimana mereka sama-sama ingin mengangkat derajat pribumi (read. Masyarakatnya Indonesia) dengan memberikan pendidikan yang layak.” (wawancara peneliti pada MTU)

Berdasarkan dua petikan wawancara diatas, informan sedang masuk pada tahap retensi. Informan melakukan proses mengingat mengenai substansi materi Ngaji Filsafat; isi konten mengenai “tingkat kebahagiaan”, dan berbicara mengenai “Konsep pendidikan di era Ahmad Dahlan, Hasyim Asy'ari, Ki Hajar Dewantara, dan Kartini”.

Ketiga, *Reproduction* (reproduksi), setelah informan melakukan proses mengingat, pada tahap selanjutnya adalah reproduksi. Reproduksi merupakan tahap ketika informan menampilkan perilaku atas apa yang sudah dipelajari atau mereplikasi perilaku atas realitas yang dipelajari sebelumnya. Maka, dalam konteks ini, terdapat perubahan (transformasi) perilaku informan yang beragam atas menonton konten dakwah Ngaji Filsafat. Meningkatnya pemahaman keagamaan dari diri informan setelah menonton video Ngaji Filsafat. Kompetensi religiusitas adalah misi informan.

“Iya pergerakan tersebut dimulai untuk diri saya pribadi dalam hal memperbaiki tingkat dan kapasitas keimanan karena yang seringkali berubah.” (wawancara peneliti pada YL)

Selain itu, perubahan perilaku informan atas menonton Ngaji Filsafat dengan cakrawala pemikiran, agar luas pandangan. Upaya perubahan ini dilakukan dengan menggiatkan tradisi membaca dan menuliskan sesuatu.

“Iya. Ingin lebih banyak mengetahui banyak hal dalam hidup agar tidak berpandangan sempit. Dengan membaca dan menuliskan sesuatu.” (wawancara peneliti pada AK)

Perubahan perilaku lainnya adalah melakukan sebuah pergerakan sesuai pengamatannya informan. Sebab, banyak yang belum mengenali Ngaji Filsafat. Upaya tersebut dilakukan dengan menduplikasi dan memodifikasi sedikit konsep Ngaji Filsafat.

“Iya Karena banyak diluar yg belum mengerti pengetahuan yang saya dapatkan dari Ust Faiz.

Sehingga saya menduplikasi konsep Ngaji Filsafat, kemudian membuat program baru dengan sedikit modifikasi.” (wawancara peneliti pada MTU)

Selanjutnya, adanya perubahan perilaku informan untuk segera giat mengerjakan tugas. Hal ini dilandasi ketika informan menonton video Ngaji Filsafat yang membahas “Penyakit Anak Muda”

“Iya. Contohnya ketika materi tentang penyakit anak muda saya jadi langsung mengerjakan tugas kuliah.” (wawancara peneliti pada RB)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada informan, terdapat perubahan perilaku yang ditampilkan oleh informan, seperti berupaya untuk meningkatkan pemahaman keagamaan (religiusitas). Dalam tilikan lainnya, spesifik, adanya peningkatan kapasitas diri; luas pandangan dengan selalu membaca dan menulis, dan menggerakkan untuk giat mengerjakan tugas-tugas kuliah. Selain itu, juga adanya perilaku untuk melakukan gerakan perubahan dengan mereproduksi & memodifikasi konsep Ngaji Filsafat oleh informan.

Keempat, *Motivation* (motivasi), setelah melakukan proses perubahan perilaku atas konten Ngaji Filsafat, selanjutnya, masuk pada tahap motivasi. Tahap keempat ini, merupakan perilaku termotivasi dari menonton video Ngaji Filsafat. Menurut Informan, video Ngaji Filsafat cukup variatif. Dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 3. Motivasi Hijrah Informan

No	Nama	Motivasi Hijrah
1.	MTU	Iya. Selesai mengikuti kajian, pasti ada hal baru yang bagus dan belum saya amalkan, sehingga saya tertarik untuk mengamalkan apa yang saya dapatkan dari kajian Ust Faiz
2.	DN	Kalau sekarang masih belum terlalu memberikan motivasi. Tapi saya menjadi mengerti bahwa tingkat intelektualitas manusia itu abstrak dengan pemikirannya yang dalam. Makanya saya terdorong untuk terus belajar dan memperdalam keilmuan saya yang saat ini masih belum mumpuni.

3.	KW	Biasa saja
4.	RB	Sedikit memberi motivasi untuk lebih mengenal diri sendiri dan Yang Maha Pencipta.
5.	AS	Lebih mendalami beberapa ilmu, terutama tentang diri.
6.	DR	Banget, kadang kalau lagi sedih suka cari <i>channel</i> ngaji biar lebih sadar dan termotivasi lagi dan ingat Allah tidak akan memberikan cobaan melebihi batas dari kemampuan umatnya dan membuat menjadi lebih bersyukur.
7.	YL	Iya karena konten yang terdapat didalamnya banyak berisi perihal keagamaan dengan kisah-kisah tokoh atau mutafaqun alaihi.
8.	AS	Iyaa, tidak tahu kenapa membuat saya selalu bersemangat dikarenakan penambahan wawasan yang saya dapat.
9.	MYS	Iya, memberikan banyak pandangan untuk merefleksi diri
10.	AK	Iya. Mengubah sedikit cara pandang dan pemikiran.
11.	R	Ya.
12.	DU	Bisa jadi.
13.	MRA	Iya.

Sumber: Hasil wawancara penelitian

Dari temuan diatas, motivasi hijrah informan cukup beragam. Dengan menonton video Ngaji Filsafat sebagai upaya untuk selalu mengingat Tuhan & sebagai jalan untuk peningkatan pemahaman kearah yang lebih religius (pemahaman keagamaan yang meningkat). Lalu, adanya video Ngaji Filsafat mampu meningkatkan motivasi untuk selalu beramal saleh, pentingnya pengamalan nilai-nilai dalam kajian. Kemudian, konten kajian Ngaji Filsafat juga meningkatkan pemahaman keilmuan, membuat diri lebih bersyukur atas segala hal yang telah diberikan oleh Tuhan. Di sisi lain juga, meningkatkan spirit intelektualisme, juga mengenal personal (diri) lebih mendalam & refleksi diri, serta meningkatkan khazanah wawasan & mengubah sedikit cara pandang.

Hal ini juga berkaitan dengan faktor-faktor lingkungan, pengetahuan (personal), dan perilaku informan. Hal ini senada dengan pandangan resiprokal triadik dalam teori pembelajaran sosial ala Bandura (2001) dalam (Muller & Craig, 2007; Bandura, 2001; Bandura, 1986) Dalam konteks penelitian ini,

dominan informan adalah mahasiswa yang terbentuk dengan kultur akademik. Kultur akademik adalah identik dengan proses pembelajaran mengenai apapun. Lalu, perubahan perilaku ditampilkan oleh informan dari mulai tentang perubahan pada ranah akademis-umum, peningkatan religiusitas, hingga pembentukan jati diri mahasiswa.

KESIMPULAN

Beragamnya motif dari informan atas menonton video Ngaji Filsafat di Instagram, yakni dari video Ngaji Filsafat dapat memberikan motivasi hijrah ke arah lebih baik, menggerakkan untuk meningkatkan pemahaman keagamaan, dan meningkatkan wawasan keilmuan dan memberi hikmah/motivasi nilai kehidupan. Selain itu, memotivasi untuk mengenal diri & refleksi diri, memotivasi dalam akademik, juga meningkatnya khazanah wawasan dan pengetahuan. Saran untuk penelitian ke depan adalah mengkaji kanal dakwah lainnya selain Ngaji Filsafat, dan menggunakan penelitian kuantitatif; sumber data survei yang menjangkau banyaknya responden, kemudian dikuantifikasikan sebagai temuan, membuat adanya pengembangan kajian lebih variatif dan menjadi kajian komunikasi, spesifik pemanfaatan teknologi komunikasi yang semakin kontemporer. Lalu, kepada pendakwah, diharapkan dapat semakin memanfaatkan media sosial sebagai instrumen strategis menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan konten yang semakin edukatif, kekinian dalam rangka menjawab tantangan perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, M. (2019). Dakwah Multimedia di Situs Jejaring Sosial Facebook. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 213-237. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.213-237>
- Arifin, F. (2019). Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(1), 91-120. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>
- Aziz, M. A. (2017). MEDIA MASSA ISLAM DALAM TATANGAN GLOBAL (Analisis Dakwah dan Cyber Media di Indonesia). *Islamic Communication Journal*, 2(2), 200-218. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2169>
- Aziz, M. A. (2018). Netizen Jurnalisme Dan Tantangan Dakwah Di Media Baru. *Islamic Communication Journal*, 3(2), 121-140. <https://doi.org/10.21580/icj.2018.3.2.3096>
- Angraini, D. (2020). Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @islamdakwahcom), S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Raden Intan Lampung.
- APJII. (2018). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018, diakses pada 5 Mei 2020, dari <https://apjii.or.id/survei>
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. Theoretical Integration and Research Synthesis Essay, *MEDIAPSYCHOLOGY*, 3, 265-299.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Padang: Penerbit Sukabina Press.
- Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran. *Al-Hikmah*, 13(1), 23. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>
- Craig, R.T., & Muller, H.L. (Eds.). (2007). *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*. Los Angeles: Sage.
- Cuponation. (2019). Sosial Media dan Messenger di Indonesia, diakses 29 April 2020, dari <https://www.cuponation.co.id/magazin/indonesia-berada-pada-peringkat-ke-empat-pengguna-facebook-dan-instagram-terbanyak>
- Fitriyana, S. N. (2019). FENOMENA DAKWAH EKS-HTI PASCA DI BUBARKAN. *Islamic Communication Journal*, 4(2), 197-211.
- Ghoni, M. F. A. (2018). PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang), S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/8736/1/Skripsi%20Full.pdf>
- Hati, P. C. (2018). Dakwah Pada Masyarakat Minangkabau (Studi Kasus Pada Kaum Padri). *Islamic Communication Journal*, 3(1), 105-120. <https://doi.org/10.21580/icj.2018.3.1.2681>
- Hakim, U. F. R. (2019). Representasi Qudwah Hasanah Dakwah Muslimah Melalui Akun Youtube Hijab Alila. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 56-68.
- Hidayatullah, A., & Darmaningrum, K. T. (2019). INKLUSIFITAS DAKWAH AKUN @NUgarislucu DI MEDIA SOSIAL. *Islamic Communication Journal*, 4(2), 183-196.
- Isnaini, A. N. H. (2018). *Efektivitas Media Dakwah pada Followers Akun Instagram @Nunuzoo di*

- Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, S1 Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Kertamukti, R. (2015). INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 08(01), 57–66.
- Kumparan. (2019). *Fahruddin Faiz: Filsafat Melatih Berpikir Benar, Itu Perintah Agama*, diakses 29 April 2020, dari <https://kumparan.com/kumparannews/fahruddin-faiz-filsafat-melatih-berpikir-benar-itu-perintah-agama-1rEFbx5wNJC>
- Katadata. (2017). 2022, Pengguna Media Sosial Indonesia Mencapai 125 Juta, diakses 29 April 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/22/2022-pengguna-media-sosial-indonesia-mencapai-125-juta#>
- Katadata. (2018). Berapa Pengguna Instagram dari Indonesia?, diakses 29 April 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- Kusnandar, V. B. (2019). *Indonesia, Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia*, diakses pada 10 Juli 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia>
- Latifah, N. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah: Analisis Makna Pesan Dakwah Pada Akun Facebook Yusuf Mansyur Network. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 14(2), 125–141. <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol14.Iss2.118>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2018). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Marfu'ah, U. (2017). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2166>
- Maulidah, L., & Fatoni, U. (2019). Dakwah Persaudaraan Islam dalam Short Movie. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 23(2), 1–18. <https://doi.org/10.15408/dakwahv23i113933>
- Mulia, B. N. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh sebagai Media Dakwah (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik), S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- MJSColombo. Tentang Ngaji Filsafat, diakses 29 April 2020, dari <https://mjscolombo.com/study/ngaji-filsafat/>
- MJSCchannel. (2020). *Ngaji Filsafat 261 : Max Weber - The Protestan Ethics and The Spirit of Capitalism*, diakses 29 April 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=aM7iW1TUJQ8>
- MJS Channel. <https://www.youtube.com/channel/UCnHSRb6TD2B4yIlyss4dw/videos>, diakses pada 5 Mei 2020
- MJS Colombo. Masjid Jendral Sudirman, <https://mjscolombo.com/>, diakses pada 5 Mei 2020
- Ngaji Channel. <https://open.spotify.com/show/4MDawWeQh909VqZcZPEWiY>, diakses pada 5 Mei 2020
- Ni'amah L. U., & Putri S. A. R. (2019). Da'i dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 264–290. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.265-290>
- Ni'mah, N. (2016). Dakwah Komunikasi Visual. *Islamic Communication Journal*, 1(1), 104–120. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1241>
- Nizar, M. (2018). STRATEGI DAKWAH AL BAYANUNI (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah). *Islamic Communication Journal*, 03(1), 74–87.
- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah melalui Instagram. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 1–16. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>
- Putri, E. C. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @Nunuzoo), S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Surahman, S., Annisarizki, A., & Rully, R. (2019). Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman_al_jugjawy. *Nyimak (Journal of Communication)*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i1.1208>
- Suharto. (2020). Fungsi Komunikasi Dakwah di Era Multi Media. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15(1), 23–32
- Surahman, S., Annisarizki, A., & Rully, R. (2019).

- Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman_al_jugjawy. *Nyimak (Journal of Communication)*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i1.1208>
- Tafsirq. *Surat Ali 'Imran Ayat 110*, diakses 29 April 2020, dari <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-110>
- Tafsirweb. *Quran Surat Al-Baqarah Ayat 148*, diakses 29 April 2020, dari <https://tafsirweb.com/610-quran-surat-al-baqarah-ayat-148.html>
- Ulfah, N. M. (2016). DAKWAH MELALUI MEDIA CETAK (Analisis Isi Rubrik Mutiara Islam Majalah Ummi). *Islamic Communication Journal*, 1(1), 73–89. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1247>