

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memberikan perhatian dan rasa senang terhadap suatu aktivitas sehingga mendorong individu untuk terlibat secara sukarela dalam aktivitas tersebut. Minat belajar agama di kalangan mahasiswa merupakan suatu elemen krusial bagi pembentukan karakter dan pemahaman agama yang kuat. Selain memiliki kompetensi akademik, sebagai agen intelektual mahasiswa juga diharapkan memiliki kesadaran religius yang baik. Minat belajar merupakan salah satu aspek afektif yang berkaitan dengan karakteristik individual mahasiswa, sehingga tingkat minat belajar setiap mahasiswa tidak dapat diasumsikan sama meskipun berada pada lingkungan akademik yang sama (Harjun et al., 2026). Hal ini disebabkan karena perbedaan karakteristik individu serta berbagai faktor yang memengaruhi minat belajar.

Ketertarikan mahasiswa dalam mempelajari agama dapat disebabkan melalui sejumlah aspek, baik yang bersifat internal ataupun eksternal. Penyebab internal atau yang berasal dari dalam diri mencakup motivasi dan kesadaran spiritual, sedangkan faktor luar berkaitan dengan lingkungan dan metode pembelajaran. Kehadiran media sosial saat ini juga menjadi sebuah dampak nyata terhadap minat belajar mahasiswa. Menurut Muskita dan Muskita (2022), penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat belajar mahasiswa. Penelitian Putri et al. (2026) juga memaparkan mengenai minat belajar agama islam pada mahasiswa dapat dipengaruhi oleh konten Islami di media sosial.

Di tengah kondisi tersebut, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menghasilkan perubahan terhadap gaya hidup masyarakat secara fundamental yang mencakup bidang sosial, ekonomi, dan pendidikan. Hal ini memberikan kemudahan dalam aspek informasi dan juga membentuk pola interaksi yang lebih cepat, terbuka dan tanpa batas. Berdasarkan laporan *Digital Report Indonesia* yang dirilis oleh We Are Social, per oktober 2025 total pengguna media sosial di Indonesia ini mencapai sebesar 180 juta jiwa. Angka

tersebut setara dengan 62.9% dari keseluruhan populasi. Sebanyak 20,8% diantaranya merupakan berasal dari kelompok usia 18–24 tahun.

Tingginya intensitas penggunaan tersebut menunjukkan bahwa saat ini media sosial tidak semata – mata sebagai sarana hiburan maupun interaksi, melainkan telah bertransformasi menjadi sumber informasi utama yang dimanfaatkan guna memenuhi berbagai kebutuhan, termasuk kebutuhan akademis dan pengetahuan agama. Mahasiswa kini tidak sepenuhnya bergantung pada sumber belajar tradisional seperti buku atau kelas formal, tetapi lebih sering mengakses informasi melalui platform digital yang dianggap lebih praktis dan fleksibel. Hal ini menjadikan teknologi digital sebagai bagian yang selalu melekat pada kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Perubahan pola pencarian informasi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi maupun hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi salah satu sumber belajar alternatif (Shofi, 2025). Dalam konteks pembelajaran agama Islam, mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan keagamaan melalui berbagai bentuk konten digital yang disampaikan oleh para pendakwah di media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial berpotensi menjadi salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi ketertarikan mahasiswa dalam mempelajari ajaran Islam di luar proses pembelajaran formal.

Di antara beragam jenis platform digital yang berkembang saat ini, Instagram menjadi satu diantara platform lain yang penggunaannya cukup tinggi. Digital 2026: Indonesia, intensitas pemanfaatan aplikasi Instagram berada pada urutan kedua dengan pengguna sebanyak 84.6% setelah WhatsApp. Instagram diperkenalkan pertama kali pada tahun 2010, platform digital ini merupakan karya dari Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada mulanya, platform ini dirancang sebagai sarana untuk mengunggah foto dan video yang merekam berbagai aktivitas pengguna. Seiring perkembangannya, pemanfaatan Instagram bukan sekadar untuk membagikan dokumentasi kegiatan harian, namun dapat berfungsi sebagai media dalam menyebarluaskan berbagai jenis konten informasi (Mahendra, 2017 dalam Hakim et al., 2024)

Tingginya penggunaan Instagram juga terlihat pada kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UNJ. Hal ini didasari pada data awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap 66 mahasiswa PAI. Dimana hasil tersebut menunjukkan intensitas penggunaan Instagram yang dirinci sebagai berikut, terdapat 38 mahasiswa dalam sehari membuka aplikasi Instagram lebih dari 3 kali, 17 mahasiswa mengakses 1–3 kali sehari, 8 mahasiswa mengakses 1–6 kali dalam satu minggu, dan hanya 3 mahasiswa yang mengakses kurang dari 1 kali per minggu. Kondisi ini memperlihatkan bahwa Instagram memiliki tingkat intensitas pemakaian yang tinggi di kalangan mahasiswa PAI, sehingga platform ini berpotensi menjadi media yang efektif dalam penyampaian informasi dan konten keagamaan.

Karakteristik Instagram yang visual dan interaktif menjadikannya sebagai media yang efektif dalam penyebaran konten edukatif, termasuk dakwah. Mahasiswa cenderung menyukai konten - konten yang disajikan secara singkat, interaktif, dan selaras dengan keseharian mereka. Konten dakwah yang disampaikan melalui media visual dan bahasa yang tidak berbelit – belit dan diminati oleh kalangan muda dibandingkan dengan ceramah konvensional (Arista et al., 2025).

Dalam ruang lingkup dakwah, media sosial seperti Instagram telah beralih sebagai wadah baru yang strategis untuk menyebarkan pesan agama. Transformasi dakwah dari metode konvensional ke digital menunjukkan adanya penyesuaian terhadap perkembangan zaman. Hasiholan (2024) yang menyebutkan bahwa pendekatan dakwah secara digital bisa berpotensi lebih menarik berbagai kalangan. Metode dakwah konvensional yang cenderung formal, satu arah, dan kurang interaktif dinilai kurang mampu menarik minat mahasiswa. Mahasiswa saat ini mengharapkan pembelajaran yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital, agar lebih relevan dengan kebutuhan serta pengalaman mereka dalam lingkungan digital (Marasabessy, 2025)

Seiring jalannya perkembangan tersebut, sejumlah pendakwah muda muncul memanfaatkan media sosial menjadi sebuah platform utama dalam menyebarkan ajaran islam. Diantara banyak nya pendakwah muda terdapat nama

Husain Basyaiban. Husain Basyaiban termasuk salah satu pendakwah muda yang aktif memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Dalam menyampaikan kontennya, ia kerap kali terlihat dengan penyampaian yang santai, serta pembahasan yang berkaitan dengan isu-isu yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Karakteristik tersebut menjadikan akun Instagram Husain Basyaiban banyak diikuti oleh pengguna media sosial dari kalangan remaja dan mahasiswa.

Keberhasilan penyampaian dakwah melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara pesan tersebut dikomunikasikan kepada audiens. Gaya komunikasi yang komunikatif dan sesuai dengan karakteristik generasi muda berpotensi meningkatkan perhatian serta ketertarikan audiens terhadap materi yang disampaikan (Amin & Sururi, 2025). Penelitian Rachmah (2025) menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di media sosial dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan, karakteristik platform, serta interaksi dengan audiens. Sehingga, gaya komunikasi menjadi salah satu aspek yang penting untuk dikaji dalam memahami efektivitas penyampaian dakwah melalui media sosial.

Proses penyampaian pesan dakwah tidak hanya bergantung pada materi yang disampaikan, tetapi juga dipengaruhi oleh cara komunikator menyampaikan pesan kepada audiens. Oleh sebab itu, perlu diteliti lebih lanjut terkait **pengaruh gaya komunikasi dakwah Husain Basyaiban melalui Instagram terhadap minat belajar agama mahasiswa**, guna memahami sejauh mana efektivitas gaya komunikasi seseorang melakukan dakwah di ruang digital dalam meningkatkan ketertarikan belajar agama pada kalangan generasi muda

B. Identifikasi Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dijelaskan, ditemukan sejumlah permasalahan yang teridentifikasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Masifnya tingkat pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa dan Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling sering dimanfaatkan baik untuk mencari hiburan sekaligus informasi.

2. Media sosial memberikan peluang sekaligus ancaman. Di satu sisi, mempercepat akses informasi, namun dapat menurunkan pemahaman mendalam karena konten fragmentasi
3. Mahasiswa cenderung memilih media sosial untuk belajar agama karena lebih mudah diakses, cepat, dan menarik dibandingkan pembelajaran formal.
4. Minat belajar agama islam mahasiswa bisa dipengaruhi oleh beberapa factor salah satunya dari media sosial.
5. Metode dakwah konvensional dinilai kurang mampu menarik perhatian mahasiswa karena cenderung formal dan kurang interaktif.
6. Munculnya pendakwah muda di media sosial, seperti Husain Basyaiban, menjadi alternatif baru dalam penyampaian dakwah.

C. Batasan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah yang telah dipaparkan, perlu ditetapkan batasan masalah supaya penelitian ini lebih fokus dan terarah. Berikut batasan – batasan yang ditetapkan dalam penelitian:

1. Penelitian difokuskan pada gaya komunikasi dakwah Husain Basyaiban.
2. Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif PAI FISH UNJ yang pernah mengakses konten dakwah Husain di Instagram.
3. Media dakwah yang diteliti dibatasi pada platform Instagram.
4. Variabel penelitian hanya mencakup gaya komunikasi dakwah sebagai variabel X dan minat belajar agama islam sebagai variabel Y.

D. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang permasalahan diatas, sehingga peneliti membuat rumusan masalah meliputi hal berikut:

1. Bagaimana gaya komunikasi dakwah Husain Basyaiban dalam konten dakwah digital dari perspektif mahasiswa PAI FISH UNJ?
2. Bagaimana minat belajar agama islam di kalangan mahasiswa PAI FISH UNJ yang terpapar konten dakwah digital Husain Basyaiban?

3. Apakah gaya komunikasi dakwah Husain Basyaiban berpengaruh secara signifikan terhadap minat belajar agama islam di kalangan mahasiswa PAI FISH UNJ?

E. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah Husain Basyaiban dalam konten dakwah digital dari perspektif mahasiswa PAI FISH UNJ.
2. Untuk mengetahui tingkat minat belajar agama islam di kalangan mahasiswa PAI FISH UNJ yang terpapar konten dakwah digital Husain Basyaiban.
3. Untuk menganalisis pengaruh gaya komunikasi dakwah Husain Basyaiban terhadap minat belajar agama islam mahasiswa PAI FISH UNJ.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian penyampaian dakwah digital, khususnya yang berkaitan dengan gaya komunikasi dakwah dan pengaruhnya terhadap minat belajar agama islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pendakwah digital: sebagai bahan evaluasi guna mengembangkan gaya komunikasi dakwah yang komunikatif dan relevan bagi mahasiswa.
- b. Bagi lembaga pendidikan: sebagai referensi dalam merancang program pembinaan keagamaan berbasis media digital.
- c. Bagi mahasiswa: membantu memahami faktor komunikasi dakwah yang mendorong minat belajar agama islam.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN**, berisi: latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

2. **BAB II KAJIAN TEORI**, berisi: teori tentang komunikasi dakwah dan minat belajar, hasil penelitian yang relevan, kerangka berpikir, hipotesis.
3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**, berisi: tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data dan teknik analisis data.
4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**, berisi: profil Husain Basyaiban, deskripsi data, analisis dan interpretasi data. Bab ini menyajikan hasil temuan penelitian dan dianalisis secara kritis.
5. **BAB V PENUTUP**, berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.

