

**FENOMENA PENGGUNAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
KOMUNIKASI PEMBELAJARAN AGAMA ISLAM OLEH MAHASISWA FISIP
UNIVERSITAS RIAU**

**Oleh : Meutia Puspita Sari
Email: Meutia.puspita@gmail.com
Pembimbing: Evawani Elysa Lubis, M.Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The use of instagram as a learning communication is a new phenomenon that exists in utilizing social media. Social media that has a function as a medium of communication and media sharing, is used as a communication learning by students of FISIP Universitas Riau in fulfilling the need for information and knowledge of Islam religion. This study aims to determine the motives, communication experience, and behavioral changes of learning outcomes conducted by students of FISIP University of Riau as a user of social media instagram.

This research uses qualitative research method with phenomenology approach. The subjects were chosen using purposive technique in the form of 4 students of FISIP Universitas Riau and 4 significant others. To obtain data, the author uses three data collection techniques, namely participant observation, in-depth interviews, and documentation. This research uses data analysis technique of phenomenology research according to Creswell, using observational persistence technique, extension of participation, and reference adequacy.

The results showed that the use of instagram as a communication learning by FISIP students, University of Riau is influenced by 2 motifs, the first motive of the past (because motive belonging to the motive sosiogenetic, in the form of curious motifs, motives of need for value, self-esteem motive and the need for Looking for the identity and motive of the future (in order to motives) belonging to the theogenetic motif as a medium of propagation information, as a motivating medium (other people) and as a source of information. Communication experience perceived by users of instagram as communication learning by FISIP students of Universitas Riau is a pleasant communication experience where can exchange information of da'wah; Make new friends; And gain a sense of change after learning religious knowledge and unpleasant experiences with negative comments. Finally, the use of instagram as a communication of Islamic learning resulted in a change in attitude and behavior that is in cognition, affection, and konasi or psychomotor instagram users in the community.

Key Word: Fenomenology, Instagram, Communication learning,

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi komunikasi saat ini semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat didalam mendapatkan kebutuhan akan informasi. Salah satu teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial *Instagram*.

Penulis sebagai salah satu pengguna aktif *instagram*, melihat ada beberapa perubahan isi postingan dari akun *followers* penulis. Beberapa perubahan yang terlihat adalah isi postingan yang sebelumnya mengenai informasi, foto dan *image* pribadi dari *followers* penulis berubah mengenai informasi-informasi pembelajaran mengenai agama islam. Dan terkadang informasi yang sering di *posting* merupakan *repost* dari akun-akun dakwah islami. Perubahan yang terjadi dari *followers* penulis juga terlihat dari kebiasaan berperilaku dan cara berpakaian yang semakin mengikuti sunnah agama.

Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISIP menjadi sasaran yang terbilang sesuai dalam penggunaan media *instagram* secara aktif. AI, sebagai salah satu mahasiswa Ilmu Komunikasi, diawal perkenalan dengan penulis merupakan *instagramer* aktif yang memposting foto-foto bernilai seni dan pemandangan. Mengaku kepada penulis, AI sekarang mulai memanfaatkan *Instagram* tidak hanya sebagai media *sharing photo* saja, namun penggunaan *Instagram* juga sampai kepada pemenuhan informasi mengenai ilmu agama islam.

Beberapa perubahan terlihat dari diri AI, mulai dari pakaian, cara berbicara, topik pembicaraan dan aktivitas di kampus, diwujudkan melalui informasi ilmu agama yang didapat melalui akun-akun dakwah islami yang di *follow*-nya. *Me-repost* kembali unggahan dari akun dakwah isl am, menjadi salah satu aktivitas sosial media yang sekarang aktif dilakukannya.

Penulis juga ikut merasakan sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, pembelajaran pendidikan agama islam sebagai mata kuliah di FISIP Universitas Riau terasa kurang dengan bobot 2 SKS saja. Oleh sebab itu, untuk tambahan pemenuhan kebutuhan akan ilmu pengetahuan agama islam lainnya, kebebasan diberikan kepada tiap mahasiswa. Beberapa diantara bercerita kepada penulis dengan mengikuti kelompok-kelompok rohis, mengikuti kajian seperti *tabligh akbar* dan lain sebagainya, termasuk menambah informasi dengan menggunakan *instagram*.

Penggunaan media sosial, sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris, TNS, menyebutkan bahwa Indonesia berada diperingkat ke-3 pengguna *Instagram*. (<http://palembang.tribunnews.com/2017/04/02/indonesia-negara-terbesar-ketiga-pengguna-sosmed-instagram>).

Pada artikel di okezone.com, oleh Paul Webster, *Brand Development Lead Instagram* APAC pada tanggal 14 januari 2016 mengatakan yaitu sekitar 59% pengguna aktif pada *instagram* adalah mayoritas remaja/anak muda, terdidik, dan mapan yang selalu meng-*update* informasi atau pun mengunggah foto ke media sosial dengan rentang usia 18-24 tahun. (<http://m.okezone.com/read/2016/1/14/2017/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89persen-diakses-pada-11/2/2017-pukul-2:44-WIB>). Melihat rentang usia yang dimiliki oleh pengguna *instagram* sebagai pengguna aktif adalah seorang remaja terdidik, membuat mahasiswa termasuk ke dalam golongan sebagai sasaran pengguna aktif *instagram*.

Penggunaan *instagram* sebagai komunikasi pembelajaran merupakan suatu fenomena baru yang ada di dalam penggunaan media sosial, Karna biasanya menggunakan cara komunikasi kelompok, komunikasi publik, ataupun komunikasi

interpersonal. Didalam pembelajaran pada media sosial *instagram*, pemilik akun-akun dakwah berperan sebagai pengajar yang membelajarkan sasaran dengan pesan informasi dan motivasi yang bersifat edukatif yang berasal dari sumber-sumber ilmu agama. Pengguna *instagram* berperan sebagai sasaran dari pengajar dan menerima isi pesan pembelajaran.

Sebagai fungsi edukatif, komunikasi pembelajaran bertugas mengelola proses-proses komunikasi yang secara khusus dirancang untuk tujuan memberikan nilai tambah bagi pihak sasaran dan memberikan efek perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil dari tindakan komunikasi pembelajaran. Dimana perubahan-perubahan tersebut terdiri dari kognisi, afeksi, dan konasi atau psikomotor di kalangan masyarakat (Pawit M. Yusuf, 2010: 10).

Fenomena penggunaan *instagram* ini, dapat di pelajari menggunakan teori fenomenologi. Berdasarkan pandangan Alfred Schutz, fenomenologi adalah bagaimana cara memahami tindakan sosial melalui penafsiran untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku (Dalam Kuswarno, 2009: 18). Tingkah laku yang di refleksikan bisa berupa jawaban dari penggunaan *instagram* sebagai komunikasi pembelajaran ataupun tingkah laku dari hasil belajar yang di berikan oleh pengguna *instagram*.

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Motif-motif ini memberi tujuan dan arah kepada tingkah laku manusia. Menyangkut motif, Schutz dalam buku karangan Engkus Kuswarno (2009:

111) yang berjudul “Fenomenologi”, membaginya menjadi dua, yaitu : tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu (*because motif*), dan sekarang atau akan datang (*in-order-to*). Sehingga penggunaan *instagram* oleh mahasiswa, memiliki suatu motif baik dari masa lalu (*because motif*), dan sekarang atau akan datang (*in-order-to*) didalam pemenuhan informasi mengenai ilmu agama islam.

Berangkat dari pemaparan tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai Fenomena Penggunaan media sosial *Instagram* sebagai komunikasi pembelajaran agama islam oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau. Dengan mencari motif, pengalaman komunikasi dan perubahan perilaku dari mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik didalam melakukan komunikasi pembelajaran di *Instagram*.

Tinjauan Pustaka Fenomenologi

Kuswarno dalam bukunya mengatakan Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Phainomai* yang berarti “menampak”. Sedangkan ‘*phainomenon*’ yaitu “yang menampak”. Fenomenologi pertama kali dicetuskan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakkannya.

Fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada pengalaman hidup manusia. Pendekatan fenomenologi menggunakan pengalaman hidup sebagai alat untuk memahami secara lebih baik tentang sosial, budaya, politik atau

konteks sejarah dimana pengalaman itu terjadi. Pendekatan fenomenologi menggunakan pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang masalah dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap gejala itu. (Kuswarno, 2009:7)

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses "tipikasi". Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge*. (Kuswarno, 2009:18).

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu:

- a) *In-order-to-motive (Um-zu-Motiv)*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.
- b) *Because motives (Weil Motiv)*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.

Motif

Motif timbul karena adanya kebutuhan atau *need*. Kebutuhan (*need*) dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan ini menuntut segera

pemenuhannya, agar segera mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan (Ahmadi, 2002:196). Secara ringkas, motif adalah sesuatu dorongan yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi, 2002:192).

Berdasarkan asalnya, motif yang mendasari manusia untuk bertindak atau berperilaku digolongkan menjadi tiga, yaitu:

1) Motif Biologis

Motif biologis merupakan faktor-faktor yang mendorong perilaku manusia (Rakhmat, 2005:35). Motif biologis atau biogenetis ini yang berasal dari kebutuhan-kebutuhan seseorang demi kelanjutan kehidupannya secara biologis. Yang termasuk dalam motif biogenetis yaitu: lapar, haus, kebutuhan akan kegiatan dan istirahat, mengambil napas, seksualitas, buang air, keamanan dan sebagainya (Ahmadi, 2002:198-199).

2) Motif Sosiogenetis /Sosiogenis

Motif sosiogenetis adalah motif-motif yang dipelajari orang dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat manusia itu berada dan berkembang. Motif sosiogenetis tidak berkembang dengan sendirinya, mau tidak mau, tetapi berdasarkan interaksi sosial dengan orang-orang atau hasil kebudayaan orang (Ahmadi, 2002:198-199). Yang termasuk dalam motif sosiogenetis, yaitu:

- a) Motif ingin tahu, yaitu mengerti, menata dan menduga. Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya. (Rakhmat, 2005:38).
- b) Motif kompetensi, merupakan kebutuhan seseorang untuk kompetensi dan menentukan sendiri dalam kaitannya dengan lingkungannya. (Rakhmat, 2005:38).

- c) Motif cinta. Mencintai dan dicintai merupakan hal yang paling esensial bagi pertumbuhan kepribadian. (Rakhmat, 2005:38).
- d) Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas. Kebutuhan ini sangat erat kaitannya dengan kemampuan memperlihatkan kemampuan memperoleh kasih sayang serta menunjukkan eksistensi di dunia yaitu kita ingin kehadiran kita bukan saja dianggap bilangan tetapi juga diperhitungkan (Rakhmat, 2005:39).
- e) Motif dokumentasi. Kebutuhan ini merupakan hal yang ada pada diri individu untuk dapat mengabadikan momen-moment yang telah mereka lalui.
- f) Kebutuhan akan nilai, kedamaian dan makna kehidupan. Dalam menghadapi tuntutan kehidupan manusia membutuhkan nilai untuk menuntunnya untuk mengambil keputusan serta memberikan makna pada kehidupannya. Termasuk motif agama, apabila manusia kehilangan nilai serta tidak memiliki kepastian untuk bertindak maka akan lekas putus asa dan kehilangan pegangan hidup (Rakhmat, 2005:39).
- g) Kebutuhan akan pemenuhan diri. Kita tidak semata mata mempertahankan kehidupan tetapi kita juga meningkatkan kualitas hidup kita serta memenuhi potensi diri (Rakhmat, 2005:39).

3) Motif Teogenetis

Motif teogenetis berasal dari interaksi individu dengan Tuhan Yang Maha Esa, seperti yang nyata dalam ibadahnya dan dalam kehidupannya sehari-hari dimana ia berusaha merealisasi norma-norma agama tertentu. Manusia memerlukan interaksi dengan Tuhannya untuk dapat menyadari tugasnya sebagai seorang manusia yang berketuhanan di dalam masyarakat yang serba beragam itu. Yang termasuk dalam motif teogenetis seperti; keinginan untuk mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa,

keinginan untuk meralisasi norma-norma agamanya menurut petunjuk kitab-kitab suci dan lain-lain (Ahmadi, 2002:200).

Media Sosial

Media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Semua definisi dari media memiliki kecenderungan yang sama yaitu sarana yang disertai oleh teknologinya. Media bisa dilihat dengan proses komunikasi (Meyrowitz, 1999; Mores, 2005; William, 2003). Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal, yaitu objek, organ, dan medium. Objek adalah sarana dari komunikasi, organ adalah alat kegunaan untuk melakukan komunikasi, dan medium (Meyrowitz: 1999) yang dibagi kembali menjadi 3 ungkapan: *medium* sebagai sarana (*medium-as-vessel/conduit*); *medium* adalah bahasa (*medium-as-language*); dan *medium* sebagai lingkungan (*medium-as-environment*).

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Mandibergh (2012) mengungkapkan media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media public untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada batas individu.

Instagram

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "*insta*" berasal dari kata "*instan*", seperti

kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto *instan*". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara *instan*, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.

Sistem perteman di Instagram menggunakan istilah *Following* dan *followers*. Yang artinya *following* berarti mengikuti pengguna, dan *followers* berarti pengguna lain yang mengikuti akun. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon (*feedback*) dengan *like* (suka) terhadap foto yang dibagikan.

Komunikasi Pembelajaran

Komunikasi pembelajaran merupakan himpunan bagian dari pendidikan. Tetapi, pendidikan mempunyai bidang kajian yang lebih luas dari pada pembelajaran. kata komunikasi pembelajaran memiliki arti yang sama dengan komunikasi instruksional. Yang mana instruksional tersebut berasal dari kata *instruction* yang artinya pembelajaran.

Di dalam dunia pendidikan, kata instruksional tidak diartikan perintah, tetapi lebih mendekati kedua arti yang pertama, yakni pengajaran dan/atau pelajaran. Bahkan, belakangan ini kata tersebut diartikan sebagai pembelajaran (Pawit M. Yusuf, 2010:57)

Ruang lingkup dari komunikasi pembelajaran ini adalah bahwa komunikator dalam hal membelajarkan bisa hanya sebagai perencana atau perancang atau pembuat model, namun bisa pula sekaligus bertindak langsung sebagai pelaksana komunikasi

pembelajaran (instruksional) di lapangan seperti halnya seorang guru, dosen, penceramah, penyuluh, penyaji makalah dalam seminar dan pemimbing lapangan.

Komunikasi pembelajaran menekankan pada pola perencanaan dan pelaksanaan secara operasional yang didukung oleh teori untuk kepentingan keberhasilan efek perubahan perilaku pada pihak sasaran (komunikasikan). Serta memberikan perubahan-perubahan dalam kognisi, afeksi, dan konasi atau psikomotor dikalangan masyarakat, khususnya yang sudah dikelompokkan ke dalam ranah sasaran pada komunikasi pembelajaran yang sesuai dengan taksonomi dari Bloom. (Pawit M Yusuf, 2010: 10)

Hasil Pembelajaran: Perubahan Sikap & Perilaku

Belajar merupakan perubahan perilaku dan pribadi secara keseluruhan. Pendapat ini dikemukakan oleh para penganut *Ilmu Jiwa Gestalt*, yang lebih jauh lagi bersumber pada paham *organismic psychology*. (Syamsuddin, 2012 : 160). Pawit M. Yusuf dalam bukunya komunikasi instruksional mengatakan bahwa fungsi dan manfaat dari dilakukannya komunikasi pembelajaran adalah terjadinya efek perubahan pada perilaku yang terjadi sebagai hasil tindakan komunikasi pembelajaran dan perubahan-perubahan dalam kognisi, afeksi, dan konasi atau psikomotor dikalangan masyarakat.

Bloom (1956) mengklasifikasikan sasaran atau tujuan pendidikan menjadi tiga domain (ranah kawasan) yaitu: kognitif, afektif, dan psikomotor dan setiap ranah tersebut dibagi kembali ke dalam pembagian yang lebih rinci berdasarkan hierarkinya. Untuk maksud yang sama Ki Hajar Dewantara juga menggambarkan hal yang sama dengan ketiga domain tersebut yang secara konvensional telah lama dikenal taksonomi tujuan pendidikan yang terdiri atas aspek cipta, rasa, dan karsa yang dewasa ini

orang gunakan dan dikenal istilah penalaran, penghayatan dan pengamalan. (Syamsuddin, 2012 : 26)

Sikap dan perilaku dapat ditumbuhkan dan dikembangkan melalui proses belajar. Dalam proses belajar tidak terlepas dari proses komunikasi dimana terjadi proses transfer pengetahuan, informasi dan nilai. Kunci utama untuk menumbuhkan dan mengembangkan sikap yaitu melalui proses akomodasi dan asimilasi pengetahuan, pengalaman, dan nilai ke dalam otak sasaran didik atau pembelajar.

Morison (Whiterington, 1952:187) berpendapat bahwa hasil belajar merupakan perubahan sungguh-sungguh dalam perilaku dan pribadi seseorang yang dapat bersifat permanen.

Media Sosial sebagai Media Pembelajaran

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi, terutama teknologi dan komunikasi, telah menjadikan suatu media memiliki banyak kegunaan dan pemanfaatan. Karakteristik teknologi informatika dan komunikasi menurut Ninok Leksono yang dikutip J. Sumardianta (Sumardianta, 2014:ix) telah memanjangkan dan meluaskan manusia. Bukan kaki dan tangan manusia, melainkan daya pikir dan juga keseluruhan akal budinya. Pendapat Ninok Leksono inilah yang dapat menjelaskan bagaimana dampak buruk teknologi informatika dan komunikasi pada peradaban dan kebudayaan manusia modern saat ini.

Namun, kehadiran media-media sosial juga menjadi pendorong untuk memaksimalkan pembelajaran menjadi lebih menyenangkan, ikut berkontribusi dalam menyediakan pilihan konten-konten positif di tengah riuhnya informasi yang ada. Dari pemanfaatan media sosial ini juga menjadikan semakin banyak macam sumber ilmu pengetahuan. Sehingga belajar didalam media sosial bisa dilakukan.

Menurut Arden N. Frandsen dalam Darsono (2001: 192), mengatakan bahwa hal yang mendorong seseorang itu untuk belajar antara lain adanya sifat ingin tahu dan ingin menyelidiki dunia yang lebih luas, adanya sifat kreatif yang ada pada manusia dan keinginan untuk maju, adanya keinginan untuk mendapatkan simpati dari orang tua, guru, dan teman-teman, adanya keinginan untuk memperbaiki kegagalan yang lalu dengan usaha yang baru, baik dengan koperasi maupun dengan kompetensi, adanya keinginan untuk mendapatkan rasa aman, adanya ganjaran atau hukuman sebagai akhir dari pada belajar.

Media sosial yang awalnya merupakan media komunikasi, bisa berubah menjadi komunikasi pembelajaran dimana kegunaannya yang sama sebagai penyampai informasi. Mudhofir (1992:13) menyatakan bahwa yang termasuk sumber belajar adalah berbagai informasi, data-data ilmu pengetahuan, gagasan-gagasan manusia, baik dalam bentuk bahan-bahan tercetak (misalnya buku, brosur, pamlet, majalah, dan lain-lain) maupun dalam bentuk non cetak (misalnya film, *filmstrip*, kaset, *video cassette*, dan lain-lain).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang mencari pemahaman mendalam, serta berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu. Penelitian fenomenologi merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Sehingga, studi dengan pendekatan fenomenologi berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala.

Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan informan yang dilakukan oleh penulis menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah mahasiswa yang menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosialnya di Universitas Riau. Penulis telah memilih 4 orang informan yang dianggap telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan untuk menjadi informan yang sesuai dengan pemilihan informan dalam penelitian fenomenologi. Penulis juga telah menentukan informan pendukung yaitu 4 orang *significant others* atau orang-orang yang dianggap penting bagi pelaku pengguna *instagram* sebagai komunikasi pembelajaran, seperti orang tua, teman, dan lainnya.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi partisipan (*participant observation*), wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan dokumentasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian yang didapatkan dari penelitian ini adalah mengenai motif yang dilakukan oleh pengguna *instagram* sebagai komunikasi pembelajaran agama islam akan dikategorikan menjadi dua motif, yaitu: *in-order-to-motive* (motif masa akan datang) dan *because motives* (motif masa lalu). Pembahasan mengenai fokus permasalahan ini akan penulis kaitkan dengan teori fenomenologi Alfred Schutz yang menggambarkan keseluruhan tindakan fase manusia. (Kuswarn, 2009: 115).

Motif adalah sesuatu dorongan yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi, 2002:197).

Because motive yang dimiliki pengguna *instagram* sebagai komunikasi

pembelajaran adalah sebagai media informasi tambahan. Pada *because motive* ini, tergolong pada motif sosiogenetis berupa motif ingin tahu. Dimana informan menjadikan *instagram* sebagai sumber kebutuhan akan pemenuhan informasi mengenai agama islam. *Instagram* dijadikan sebagai media informasi tambahan ketika tidak bisa mengikuti kajian rutin ataupun ceramah agama di mesjid-mesjid, serta kemudahan didalam mengakses *instagram*.

Because motif selanjutnya adalah pesan informasi yang singkat dan jelas. Pengguna *instagram* mengakui bahwa isi pesan yang terdapat pada tiap postingan dari akun-akun dakwah islam tersebut bisa menjelaskan dari maksud isi pesan yang disampaikan dengan lebih singkat, jelas, dan tidak membingungkan. Ditambah dengan penguatan dengan sumber yang berdasarkan dari dalil-dalil hadist serta ayat Al-Qur'an yang semakin memperkuat informasi-informasi yang di sampaikan.

Motif ini sesuai dengan motif kebutuhan akan nilai pada golongan motif sosiogenetis yang mana isi pesan didalam akun-akun islam tersebut terdapat nilai-nilai yang didambakan serta makna kehidupan yang dibutuhkan oleh manusia yang beragama. Dari hasil penelitian juga dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan informasi komunikasi dari akun-akun dakwah islam yang terdapat pada caption-caption maupun pada foto yang di unggah sebagai media visualnya memberikan kemudahan pengguna didalam memahami isi pesan.

Because motif yang terakhir adalah sebagai sumber intropeksi diri dimana penyampaian isi pesan yang berasal dari akun-akun dakwah tersebut yang memiliki kata-kata yang mengingatkan informan kembali kepada hal-hal yang baik dan bahkan terkadang memotivasi informan sehingga menimbulkan keinginan untuk memperbaiki diri.

Penulis menyimpulkan bahwa isi pesan yang mengajak untuk mengintropeksi diri adalah salah satu *because motive* mahasiswa FISIP Universitas Riau sebagai pengguna instagram menggunakan instagram sebagai komunikasi pembelajaran yang tergolong pada motif sosiogenitis yaitu motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas dimana manusia mencari harga dirinya bersamaan dengan kebutuhan akan harga diri (Rakhmat, 2005:39).

Untuk motif masa depan pengguna instagram sebagai media berbagi informasi dakwah adalah salah satu tindakan yang diambil sebagai tanggung jawab sebagai seorang muslim. Serta, sebagai seorang muslim yang baik diharuskan untuk menyebarkan kembali ilmu pengetahuan yang telah mereka dapatkan.

In-order-to-motive selanjutnya adalah memotivasi (orang lain), yang mana memiliki harapan untuk memotivasi pengguna lainnya untuk bisa merubah kebiasaan lama yang tidak baik menjadi baik dan mengenal islam lebih dalam. Oemar Hamalik (2004: 173) menjelaskan motivasi dapat berupa dorongan-dorongan dasar atau internal dan intensif diluar individu atau hadiah. Motivasi adalah proses membangkitkan, mempertahankan, dan mengontrol minat-minat.

In order to motive informan berupa untuk memotivasi orang lain, termasuk golongan motif teogenetis dimana informan memiliki keinginan untuk merealisasikan norma-norma agama islam menurut petunjuk Al-qur'an dan hadist. Saling memotivasi baik dari *caption* dan postingan yang di berikan didalam akun *instagram* pribadi atau melalui sikap dan perilaku yang di praktekkan kepada orang-orang disekeliling.

In-order-to-motive yang terakhir adalah sebagai sumber informasi didalam mendapatkan ilmu agama islam. Penggunaan *instagram* yang masih menjadi aktifitas

utama didalam berkomunikasi dan bermedia sosial serta kurangnya waktu yang dimiliki informan menjadi alasan masa depan yang dipilih. Media sosial yang bersifat luas dan digunakan sebagai media berbagi (*sharing*) memberikan kepercayaan penggunaannya untuk menjadikan media sosial *instagram* ini sebagai sumber informasi yang didapatnya.

Sedangkan pengalaman komunikasi, akan penulis bagi menjadi dua kategori yaitu pengalaman komunikasi yang menyenangkan dan pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan. Pengalaman komunikasi yang menyenangkan dirasakan informan dengan dapat menambah teman-teman baru yang tanpa disadari memiliki ketertarikan yang sama didalam belajar ilmu pengetahuan agama islam.

Perumpamaan media sosial 'mendekatkan yang jauh dan mempermudah komunikasi', mempertemukan pengguna instagram dengan pengguna lainnya. hal ini sesuai dengan pengertian media sosial menurut Nasrullah (2015) yaitu media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual.

Pengalaman komunikasi menyenangkan yang dirasakan informan penulis dari hasil penelitian berikutnya adalah bisa saling bertukar informasi dengan teman-teman lainnya. Saling bertukar informasi mengenai ilmu agama dengan cara saling melakukan *tagging* atau melalui *direct message* pada *instagram* maupun pada group *chat* kelompok.

Pengalaman komunikasi menyenangkan dengan saling bertukar informasi ini sesuai dengan karakteristik media sosial menurut Fanwick yaitu : sebagai *Forums and Discussion*. (Fenwick, 2008).

Pengalaman komunikasi menyenangkan yang terakhir adalah mendapatkan pengertian dari teman-teman di

lingkungan sosial berdasarkan postingan yang dipost oleh informan atau perubahan perilaku/tindakan yang telah dirubah oleh berdasarkan hal yang di pelajari dengan cara mempostingnya ke akun pribadi. Sehingga tidak perlu menjelaskan kepada orang-orang sekitar satu persatu setiap melakukan interaksi sosial.

Untuk pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan yang dirasakan oleh informan berasal dari lingkungan teman-temannya ketika melakukan interaksi sosial. Hal ini berupa komentar ataupun penolakan yang dirasakan oleh informan dari postingan yang terkadang tidak diterima oleh teman-teman informan ataupun perubahan-perubahan pada penampilan informan yang mulai berubah.

Penyampaian komentar negatif yang disampaikan oleh teman-teman sepermainan informan dilakukan secara langsung (verbal) atau menggunakan komunikasi antarpersonal. Beberapa terdapat mengomentari postingan informan melalui *direct message*. Disampaikan oleh beberapa informan, komentar negatif yang disampaikan oleh teman-teman terkadang membuat sakit hati.

Penulis juga menemukan beberapa temuan dari hasil wawancara mendalam yang penulis lakukan dengan informan yang mana dapat penulis kaitkan dengan konsep komunikasi pembelajaran. Yaitu perubahan sikap dan perilaku yang dihasilkan dari informan setelah adanya proses belajar dari membaca caption-caption pada akun-akun instagram.

Komunikasi pembelajaran dirancang untuk tujuan memberikan nilai tambah bagi pihak sasaran (pengguna instagram sebagai komunikasi pembelajaran), atau setidaknya untuk memberikan perubahan-perubahan dalam kognisi, afeksi, dan konasi atau psikomotor di kalangan masyarakat. (Pawit M Yusuf, 2010:10)

Temuan taksonomi Bloom (1956) yang mengklasifikasikan sasaran menjadi tiga domain (ranah kawasan) yaitu: kognitif, afektif, dan psikomotor dan setiap ranah tersebut dibagi kembali ke dalam pembagian yang lebih rinci berdasarkan hierarkinya.

Proses belajar yang mengalami perubahan oleh informan diawali oleh perubahan kognisi, dimana Pengetahuan (*knowledge*) dan pemahaman (*comprehension*) penerapan (*application*) dari informasi yang disampaikan oleh akun-akun dakwah islam pada *instagram*. Seperti pengetahuan mengenai kewajiban seorang wanita muslim didalam berjilbab, cara berpakaian yang baik menurut islam, cara sholat yang dilakukan oleh nabi Muhammad saw, dan mengenai hukum-hukum islam yang baru informan dapatkan setelah membacanya di akun-akun dakwah islam tersebut. Lalu menguraikan atau mengetahui makna serta arti dari informasi yang disampaikan dan menerapkannya.

Setelah mendapatkan pengetahuan, menguraikan, dan menerapkannya, tindakan pada ranah kognitif berikutnya adalah analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*), dan evaluasi (*evaluation*) dimana isi pesan yang terdapat pada akun tersebut dipahami tindakannya, dianalisis dan menilai sendiri tindakan yang akan dilakukan berdasarkan dari informasi pengetahuan yang didapatkannya. Seperti pada hasil penelitian informan yang mengatakan bahwa ia mengetahui bahwa hubungan pacaran merupakan tindakan yang merugikan yang ia peroleh dari salah satu akun dakwah islam. Setelah mengetahui hal tersebut, ia menilai dirinya sendiri dan mengevaluasi sejauh mana tindakan yang telah ia ambil untuk tidak melakukan hubungan pacaran yang merugikan bagi dirinya.

Proses belajar selanjutnya dapat dilihat dari perubahan pada ranah afektif merupakan kemampuan yang mengutamakan perasaan, emosi, dan reaksi-reaksi yang

berbeda dengan penalaran. Kawasan afektif yaitu kawasan yang berkaitan aspek-aspek emosional, seperti perasaan, minat, sikap, kepatuhan terhadap moral dan sebagainya.

Penulis menemukan bahwa dari tiap informan memiliki akun-akun dakwah yang mereka sukai secara emosional dengan alasan yang bermacam-macam. Reaksi emosional yang dimunculkan oleh informan yaitu berupa menjadikan beberapa akun dakwah islam sebagai akun favorit atau akun yang mereka sukai diantara akun-akun dakwah islam yang mereka ikuti (*follow*). Dengan memiliki alasan yang bermacam-macam, tindakan ini merupakan komponen afektif dari proses belajar baik dari penerimaan (*receiving*), partisipasi (*responding*), dan penilaian atau penentuan sikap (*valuing*).

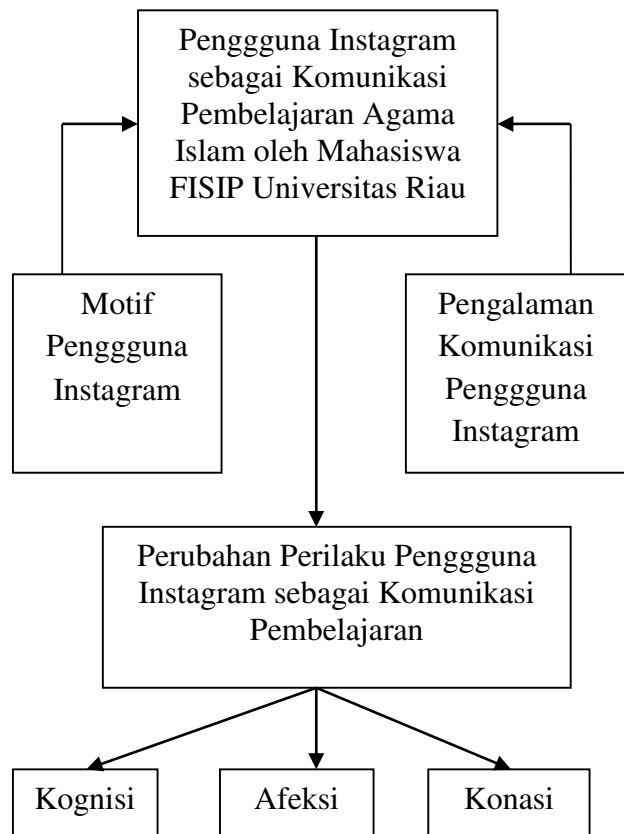
Informan penelitian telah sampai pada proses hasil belajar dari penerimaan ke penentuan sikap dari akun-akun dakwah islam sebagai komunikasi pembelajaran. Tetapi untuk proses belajar selanjutnya, informan masih memilih untuk mencari penguat dari informasi yang disampaikan dengan mencarinya atau menanyakannya kembali bila mana isi informasi yang disampaikan terdapat keraguan. Sehingga pencapaian pada ranah afektif yaitu Organisasi (*organization*), dan Pembentukan Pola Hidup (*characterization by a value*) masih di pertimangkan didalam penggunaan instagram sebagai komunikasi pembelajaran.

Perubahan yang terjadi setelah adanya proses belajar adalah konasi dimana cara berperilaku yang ada didalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapi. Hal ini dapat dilihat dari tindakan yang informan lakukan setelah ia mendapatkan ilmu pengetahuan baru dan mempraktikkannya.

Dari hasil penelitian, informan mengatakan bahwa perilaku yang telah mereka rubah untuk saat ini adalah berhenti

untuk berpacaran setelah mengetahui bahwa pacaran itu dilarang oleh agama. Perilaku konasi atau psikomotorik pelan-pelan mulai dilakukan oleh informan baik melalui komunikasi nonverbal maupun perilaku verbal. Yang mana hal ini dapat dikatakan perubahan perilaku dari informan setelah menggunakan instagram sebagai komunikasi pembelajaran cukup berhasil dan memberikan efek yang nyata.

Tindakan perilaku yang paling mudah untuk dilihat adalah perubahan pada gaya pakaian yang mulai mengikuti kewajiban didalam Al-Qur'an dan sunnah nabi Muhammad saw. Hal ini pun di dukung oleh hasil wawancara dengan teman-teman informan (*significant others*) yang mengatakan bahwa perubahan penampilan informan terdapat perubahan dari awal mereka berkenalan.



Simpulan

1. Fenomena penggunaan *instagram* sebagai komunikasi pembelajaran oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau dipengaruhi oleh 2 motif, pertama motif masa lalu (*because motive*) yang tergolong pada motif sosiogenetis berupa motif ingin tahu, motif kebutuhan akan nilai, serta motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas.
2. Pengalaman komunikasi yang dirasakan oleh pengguna *instagram* sebagai komunikasi pembelajaran oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau dibagi menjadi 2 kategori yaitu, pertama pengalaman komunikasi yang menyenangkan dimana pengguna *instagram* mendapatkan teman baru dari aktivitas komunikasi pembelajarannya, bisa saling bertukar informasi dakwah, dan mendapatkan pengertian dari perubahan yang telah didapati setelah belajar ilmu agama. Yang kedua yaitu pengalamannya yang tidak menyenangkan dengan mendapat komentar-komentar negatif dari postingan yang diposting maupun komentar negatif dari perubahan yang telah dilakukan terkhususnya mengenai perubahan penampilan.
3. Penggunaan *instagram* sebagai komunikasi pembelajaran agama islam menghasilkan perubahan sikap maupun tampilan dari proses belajar didalam komunikasi pembelajaran, yaitu perubahan-perubahan dalam kognisi, afeksi, dan konasi atau psikomotor di kalangan masyarakat.

Saran

1. Hendaknya pengguna *instagram* berhati-hati didalam mencari informasi agama pada media sosial dan mencari media tambahan lainnya didalam mencari ilmu pengetahuan agama, dikarenakan belum tentu informasi ataupun ilmu pengetahuan yang disampaikan adalah benar.
2. Hendaknya pengguna *instagram* tidak terlalu mendengarkan komentar-komentar negatif yang disampaikan dan menjawab dengan santun setiap komentar-komentar negatif dan perdebatan yang datang.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu, 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ahmad, Didiek. Sarjuni. 2011. *Pengantar Studi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bungin, Burhan, 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Iriantara, Yosol. 2014. *Komunikasi Pembelajaran*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung .
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padajaran.

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi; Theories of Human Communication*. Jakarta : Salemba Humanika.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.

Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sobur, Alex. 2014. *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. PT. Remaja RosdaKarya: Bandung.

Syamsuddin, Abin. 2012. *Psikologi Pendidikan : Perangkat Sistem Pengajaran Modul*. Remaja Rosdakarya: Bandung

Jurnal REGION Volume I. No. 3. September 2009

<http://m.okezone.com/read/2016/-1/14/2017/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89persen> diakses pada 11/2/2017 pukul 2:44 WIB

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada 2/2/2017 pukul 12.22 WIB

(<http://www.cnnindonesia.com/Teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/>)

https://repository.usd.ac.id/3664/1/2165_you_tube+sebagai+sumber+belajar+sosiolinguistik.pdf diakses pada 30 Juli 2017 pada pukul 11.51 WIB

Sumber Lain

Abidin, Zainal. 2016. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Ruang Belajar Siber Pada Pendidikan di Era Digital. Diakses pada tanggal 28 Februari 2017 dari <http://simposium.gtk.kemdikbud.go.id>

Gunawan, Imam. Angraini Retno Palupi. 2012. Taksonomi Bloom-Revisi Ranah Kognitif : kerangka landasan untuk pembelajaran, pengajaran, dan penilaian. Jurnal Pendidikan Dasar dan Pembelajaran Vol.2 No.2 <http://ejournal.ikipgprimadiun.ac.id/index.php/PE/article/view/50/47> diakses pada 4 Agustus 2017 pada pukul 06.00 WIB

Maryani. 2016. *Media Sosial dalam dunia pendidikan*. Diakses pada tanggal 2 Maret 2017 dari <http://stainmaarifjambi.org>

Suharyat, Yayat. 2009. Hubungan antara sikap, minat, dan perilaku manusia.