



Keefektifan Penggunaan Whatsapp dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Zidanulhak Al Madani^{1✉}, Anjar Sulistyani², Alfi Satria³

^{1,2} Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

³ Manajemen Dakwah, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

E-mail: zidanulhak.al.mdn@gmail.com¹, anjar@iai-alzaytun.ac.id², alfi@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi efektivitas penggunaan WhatsApp dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS. Dengan semakin berkembangnya era digital, WhatsApp menjadi platform yang populer untuk interaksi dan penyebaran informasi, termasuk dakwah. Namun, efektivitas penggunaannya dalam konteks ini masih terbatas penelitiannya, khususnya terkait dengan karakteristik mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana WhatsApp dapat digunakan secara efektif dalam dakwah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini menganalisis penggunaan WhatsApp dalam komunikasi dakwah melalui survei dan wawancara dengan 57 responden mahasiswa aktif Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp cukup efektif sebagai media dakwah, karena memfasilitasi penyebaran pesan dakwah yang cepat dan efisien serta memungkinkan interaksi langsung antara da'i dan audiens melalui fitur-fitur seperti grup diskusi dan pesan suara. Efektivitasnya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kejelasan bahasa, pengaturan frekuensi, kredibilitas pesan, penggunaan konten visual, kehadiran tokoh yang dihormati, dan kesesuaian konten dengan karakteristik audiens. Meskipun tidak menggantikan metode dakwah tradisional, WhatsApp menawarkan kemudahan akses dan kontinuitas yang menjadikannya pilihan efektif di era digital.

Kata Kunci: *Efektivitas, Komunikasi, Whatsapp, Pesan Dakwah*

Abstract

This study evaluates the effectiveness of using WhatsApp to deliver Islamic preaching messages to students of the Communication and Islamic Broadcasting Program at IAI AL-AZIS. In the digital age, WhatsApp has become a popular platform for interaction and the dissemination of information, including religious messages. However, its effectiveness in this context, particularly regarding the characteristics of students, has not been extensively researched. This study aims to assess how effectively WhatsApp can be used for Islamic preaching and identify the factors that influence its effectiveness. Using a qualitative research method, the study analyzes the use of WhatsApp for preaching communication through surveys and interviews with 57 active students from the Communication and Islamic Broadcasting Program at IAI AL-AZIS. The results show that WhatsApp is quite effective as a media for preaching, as it facilitates the rapid and efficient dissemination of messages and allows for direct interaction between the preacher and the audience through features like discussion groups and voice messages. Its effectiveness is influenced by factors such as clarity of language, frequency management, message credibility, the use of supporting visual content, the presence of respected figures in the group, and the alignment of content with the characteristics of the audience. While it does not replace traditional preaching methods, WhatsApp offers ease of access and continuity, making it an effective choice in the digital era.

Keywords: *Effectiveness, Communication, Whatsapp, Dakwah Messages*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia menyampaikan dan menerima informasi. Media kini tidak hanya menjadi sarana penyampai pesan, tetapi juga alat strategis dalam menyebarluaskan ide, nilai, dan ajaran tertentu, termasuk dalam konteks dakwah Islam. Melalui media, pesan dari komunikator dapat diterima lebih luas, cepat, dan efisien oleh komunikan, baik secara individu maupun kelompok (Anggita, 2024).

Di era digital saat ini, berbagai platform komunikasi seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan internet secara umum, memainkan peran sentral dalam penyebaran informasi. Dalam konteks dakwah, teknologi ini membuka peluang besar bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Namun demikian, efektivitas media dalam dakwah sangat bergantung pada bagaimana media tersebut digunakan, serta karakteristik platform yang dimanfaatkan.

Salah satu media yang paling populer dan mudah diakses adalah WhatsApp. Sebagai aplikasi pesan instan berbasis internet, WhatsApp memiliki fitur-fitur yang memungkinkan komunikasi dakwah berlangsung secara praktis dan personal. Fitur seperti grup, status (story), serta kemudahan mengirim teks, gambar, video, dan dokumen menjadikan WhatsApp sebagai sarana potensial dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Penelitian di UIN Antasari Banjarmasin menunjukkan bahwa WhatsApp digunakan secara aktif oleh mahasiswa Fakultas Dakwah untuk berbagi materi-materi keislaman, terutama terkait akidah, syariah, dan akhlak. Penggunaan fitur "Story WhatsApp" secara khusus dinilai efektif dalam menyampaikan pesan dakwah secara singkat, menarik, dan mudah diakses kapan saja oleh pengguna lain (Zulkipli, 2022).

Keunggulan WhatsApp terletak pada fleksibilitas dan jangkauannya yang luas. Tidak dibatasi oleh panjang teks dan dapat digunakan di berbagai perangkat, aplikasi ini mampu menciptakan ruang dakwah yang lebih interaktif, baik melalui diskusi dalam grup maupun penyebaran konten satu arah. Selain itu, kebutuhan hanya akan nomor ponsel penerima membuat komunikasi lebih personal dan tertarget.

Dengan potensi tersebut, penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana WhatsApp sebagai media komunikasi digital dapat dimaksimalkan dalam kegiatan dakwah, serta sejauh mana efektivitasnya dibandingkan media lain. Pemahaman ini dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi dakwah yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Penggunaan media sosial yang efektif dapat memperluas jangkauan dakwah tanpa batasan geografis. Melalui media ini, para dai dapat menyesuaikan pesan dakwah dengan kebutuhan dan karakteristik audiens, seperti generasi milenial yang lebih terhubung secara digital. Selain itu, sifat interaktif media sosial memungkinkan penyampaian pesan agama dilakukan secara lebih relevan, menarik, dan sesuai dengan dinamika komunikasi di era modern (Lestari, 2024).

Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia, sebagai lembaga pendidikan yang mengajarkan ilmu agama Islam, memiliki komitmen untuk menyebarkan nilai-nilai Islam

kepada mahasiswa. Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) diharapkan tidak hanya memahami teori komunikasi dakwah tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi modern untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif.

WhatsApp, dengan fitur-fitur seperti grup, siaran pesan (broadcast), dan status, menyediakan platform yang potensial untuk menyebarkan pesan dakwah secara cepat dan luas. Namun, efektivitas penggunaan WhatsApp dalam konteks dakwah masih memerlukan penelitian lebih mendalam. Penting untuk mengetahui sejauh mana aplikasi ini berpengaruh terhadap pemahaman dan penerimaan pesan dakwah oleh mahasiswa.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi efektivitas penggunaan WhatsApp dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penggunaan WhatsApp sebagai media dakwah. Dengan memahami aspek-aspek tersebut, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai peran teknologi komunikasi modern dalam mendukung kegiatan dakwah di kalangan mahasiswa.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman yang mendalam tentang persepsi mahasiswa mengenai tantangan dan peluang dakwah di era digital. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali dan memahami pengalaman, pandangan, serta pemikiran mahasiswa dalam konteks yang alami (Creswell, 2023). Menurut Abdussamad (2022), yang mengutip pandangan Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan metode yang berakar pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk mengamati kondisi objek yang alamiah, berbeda dengan eksperimen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif.

Populasi digunakan untuk memastikan hasil penelitian dapat digeneralisasi secara relevan terhadap kelompok tersebut (Lesmono, 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan tahun 2019, 2020, 2021, dan 2022. Menurut hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti, jumlah mahasiswa aktif semester genap 2023/2024 dari angkatan tersebut adalah 134 orang. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel dipilih dari populasi yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan langsung dengan topik penelitian, sehingga dapat memberikan data yang mendalam dan relevan. Dengan total populasi sebanyak 134 orang, peneliti memilih 57 informan kunci (jumlah bisa disesuaikan) yang dinilai mampu mewakili perspektif yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Efektivitas Whatsapp dalam Menyampaikan Pesan Dakwah bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS

WhatsApp dirancang untuk mempermudah komunikasi personal maupun profesional dengan fitur seperti enkripsi end-to-end untuk keamanan data, cadangan pesan, dan integrasi dengan perangkat lain melalui WhatsApp Web. Dalam beberapa tahun terakhir, WhatsApp terus berinovasi, termasuk menambahkan fitur seperti komunitas dan pengelolaan grup yang lebih kompleks (Rahartri, 2019). WhatsApp telah menjadi media yang populer dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS. Efektivitas ini ditunjang oleh tingginya intensitas penggunaan aplikasi ini dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, di mana sebagian besar mengakses WhatsApp lebih dari 4 jam per hari. Hal ini menunjukkan bahwa WhatsApp adalah platform komunikasi yang sudah sangat melekat dalam aktivitas digital mereka. Kemudahan akses dan kecepatan penyampaian pesan yang dimiliki WhatsApp memberikan peluang yang lebih besar bagi pesan dakwah untuk disampaikan secara luas dan cepat kepada mahasiswa, tanpa terbatas oleh kendala geografis. Kemampuan untuk mengakses pesan dakwah secara langsung ini sangat membantu dalam penyebaran nilai-nilai Islam dengan lebih mudah dibandingkan dengan media konvensional.

Efektivitas WhatsApp sebagai media dakwah terutama terlihat dalam kemampuannya memberikan konsistensi dalam penyampaian pesan (Jagad, 2024). Dalam temuan penelitian ini, terungkap bahwa sebagian mahasiswa menerima pesan dakwah melalui WhatsApp dengan frekuensi tinggi, yaitu setiap hari atau beberapa kali dalam seminggu. Frekuensi yang tinggi ini berperan penting dalam mempertahankan ingatan audiens terhadap pesan dakwah yang diterima. Mahasiswa yang secara terus menerus terpapar oleh pesan-pesan keagamaan akan lebih mungkin menginternalisasi nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, WhatsApp mendukung kontinuitas dakwah yang berkelanjutan dan membantu menjaga relevansi pesan di tengah derasnya informasi digital.

Fitur interaktif yang ditawarkan WhatsApp, seperti grup, chat, dan broadcast, memungkinkan adanya dialog yang lebih dalam antara da'i dan audiens. Dalam hal ini, mahasiswa dapat berdiskusi, bertanya, dan mengklarifikasi pesan dakwah yang mereka terima secara langsung kepada da'i atau sesama anggota grup. Interaksi ini memungkinkan mahasiswa untuk memahami pesan dengan lebih baik karena mereka dapat menanyakan hal-hal yang kurang dimengerti dan mendapatkan jawaban yang langsung dan akurat dari sumber yang mereka anggap berkompeten. Interaksi dua arah ini juga menciptakan lingkungan diskusi yang inklusif, di mana mahasiswa merasa lebih terlibat dan dihargai dalam proses dakwah, bukan hanya sebagai pendengar pasif.

WhatsApp juga mendukung efektivitas dakwah melalui kemampuannya menjangkau audiens dalam jumlah besar dan secara serentak. Da'i dapat mengirimkan pesan kepada ratusan anggota grup dalam waktu yang sama, memungkinkan dakwah yang bersifat massal namun tetap personal karena setiap penerima pesan dapat berinteraksi secara langsung.

Jangkauan luas ini memberikan fleksibilitas yang tidak dimiliki media lain, terutama media cetak atau dakwah konvensional yang memerlukan tatap muka. Dengan WhatsApp, mahasiswa dapat menerima pesan di mana pun mereka berada, membuat dakwah menjadi lebih inklusif dan mudah diakses kapan saja sesuai kebutuhan.

Kecepatan dalam penyampaian pesan menjadi keuntungan lain dalam penggunaan WhatsApp sebagai media dakwah. Pesan dapat disampaikan secara real-time dan langsung diterima oleh audiens. Kecepatan ini memungkinkan penyampai pesan untuk segera merespons situasi yang berkembang, menjadikan pesan dakwah lebih relevan dan kontekstual. Misalnya, pesan-pesan yang disesuaikan dengan momen tertentu, seperti peringatan hari besar Islam atau isu keagamaan yang tengah populer, dapat langsung disebarkan kepada mahasiswa. Hal ini membuat WhatsApp lebih responsif dan fleksibel dibandingkan dengan media lainnya, sehingga relevansi dakwah tetap terjaga di tengah dinamika informasi.

Walau WhatsApp memiliki keunggulan dalam hal frekuensi dan kecepatan, efektivitasnya juga bergantung pada kejelasan pesan dakwah yang disampaikan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa mahasiswa lebih mudah memahami pesan dakwah yang menggunakan bahasa sederhana dan disesuaikan dengan latar belakang audiens. Kejelasan pesan ini penting agar informasi tidak hanya diterima tetapi juga dipahami dan diresapi oleh audiens. Bahasa yang rumit atau ambigu dapat menjadi penghambat pemahaman, sehingga pesan dakwah sebaiknya disusun secara lugas dan langsung, mempertimbangkan karakteristik mahasiswa sebagai audiens utama.

Selain bahasa, efektivitas WhatsApp sebagai media dakwah juga dipengaruhi oleh manajemen frekuensi pesan. Pesan yang dikirimkan secara berlebihan atau terlalu sering dapat menyebabkan mahasiswa merasa kewalahan dan akhirnya mengabaikan isi pesan tersebut. Beberapa narasumber dalam penelitian ini menyarankan agar penyampai dakwah mengatur frekuensi pengiriman pesan sesuai dengan kebutuhan dan momen tertentu, sehingga audiens tidak merasa jenuh. Pengelolaan frekuensi yang baik akan membuat pesan dakwah lebih berkesan, menghindari kejenuhan, dan memastikan bahwa pesan diterima dengan penuh perhatian.

WhatsApp juga memiliki keunggulan dalam mendukung penggunaan media visual sebagai pendukung pesan dakwah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa konten visual, seperti gambar dan video, lebih menarik perhatian mahasiswa dibandingkan teks panjang. Gambar dan video yang relevan dengan pesan dakwah dapat membantu mahasiswa memahami materi dakwah dengan lebih mudah. Media visual ini juga menjadikan pengalaman dakwah lebih menarik dan sesuai dengan preferensi generasi muda yang lebih terbiasa dengan format visual. Dengan begitu, penggunaan konten visual dapat membantu meningkatkan efektivitas dakwah melalui WhatsApp.

Kredibilitas pesan menjadi faktor penting dalam penyampaian dakwah di WhatsApp. Mahasiswa akan lebih mempercayai pesan dakwah yang memiliki referensi jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Pesan-pesan yang mengandung referensi yang sah atau mencantumkan sumber terpercaya akan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap

informasi yang diterima. Kredibilitas ini tidak hanya memperkuat validitas pesan tetapi juga membantu menghindari misinformasi. Oleh karena itu, penting bagi penyampai dakwah untuk memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan melalui WhatsApp memiliki dasar yang kuat dan kredibel.

Interaksi dengan tokoh yang dihormati di grup WhatsApp dakwah juga memainkan peran penting dalam memperkuat efektivitas dakwah. Tokoh yang dihormati, seperti dosen atau ustadz, menambah kredibilitas pesan dakwah karena mahasiswa lebih memperhatikan dan mempercayai pesan yang datang dari figur yang mereka hormati. Kehadiran tokoh ini tidak hanya memperkuat pesan tetapi juga mendorong mahasiswa untuk lebih aktif berpartisipasi dalam diskusi, karena mereka merasa bahwa mereka berinteraksi dengan seseorang yang memiliki otoritas dalam bidang keagamaan.

Penyesuaian konten dakwah dengan kondisi dan kebutuhan audiens merupakan faktor lain yang memengaruhi efektivitas WhatsApp sebagai media dakwah. Mahasiswa sebagai audiens utama memiliki latar belakang dan pemahaman yang beragam, sehingga penting bagi penyampai dakwah untuk menyusun pesan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan memahami kebutuhan audiens, penyampai dakwah dapat menyusun pesan yang lebih terarah dan mudah diterima, sehingga dakwah melalui WhatsApp menjadi lebih relevan dan bermakna.

Secara keseluruhan, WhatsApp memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif kepada mahasiswa KPI IAI AL-AZIS. Dengan mempertimbangkan aspek kemudahan akses, frekuensi, kecepatan, interaksi, kejelasan pesan, dan penyesuaian dengan audiens, WhatsApp telah menjadi media yang tidak hanya praktis tetapi juga kuat dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman. Meskipun terdapat tantangan seperti risiko kejenuhan audiens, dengan manajemen yang baik dan pendekatan yang tepat, dakwah melalui WhatsApp dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi pemahaman keagamaan mahasiswa.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Whatsapp dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS

Efektivitas WhatsApp sebagai media dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Setiap faktor ini berperan penting dalam menentukan sejauh mana pesan dakwah dapat diterima dan dipahami oleh mahasiswa. Dari hasil kuesioner, wawancara dan temuan penelitian, faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Whatsapp dalam menyampaikan pesan dakwah pada mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS dapat dirinci sebagai berikut:

1. Kejelasan dan Bahasa yang Digunakan dalam Pesan

Menurut Theory of Language Clarity oleh George Orwell (1950) dan Model Komunikasi Shannon dan Weaver (1949) menegaskan bahwa bahasa yang jelas dan bebas gangguan (*noise*) sangat penting dalam komunikasi (Drew, 2023). Kejelasan pesan menjadi faktor utama dalam menentukan efektivitas dakwah melalui WhatsApp. Berdasarkan hasil

wawancara, mahasiswa menyatakan bahwa pesan dakwah yang disampaikan dengan bahasa sederhana dan mudah dipahami lebih efektif dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan. Kejelasan pesan ini juga mencakup penggunaan bahasa yang sesuai dengan latar belakang penerima, sehingga mereka dapat memahami inti pesan tanpa kebingungan. Misalnya, penggunaan istilah-istilah keagamaan yang rumit atau penggunaan bahasa yang terlalu formal dapat menghambat pemahaman mahasiswa yang baru memulai mempelajari nilai-nilai Islam. Dengan bahasa yang lugas dan sederhana, pesan dakwah dapat lebih mudah diterima oleh audiens yang beragam, terutama mahasiswa dengan tingkat pemahaman yang bervariasi.

Selain itu, bahasa yang sesuai akan memperkecil risiko munculnya kesalahpahaman atau interpretasi yang salah terhadap pesan yang disampaikan. Mahasiswa KPI IAI AL-AZIS mengakui bahwa pesan dakwah yang disusun dengan bahasa yang jelas lebih cenderung dipahami dan diresapi dibandingkan dengan pesan yang disampaikan dengan bahasa yang ambigu. Hal ini karena dakwah melalui WhatsApp bersifat terbatas dalam komunikasi non-verbal, yang sering kali diperlukan untuk memahami konteks pesan. Oleh karena itu, bahasa yang sederhana dan jelas sangat penting dalam mendukung efektivitas pesan dakwah agar sampai dengan baik kepada audiens. Dengan mempertimbangkan kebutuhan audiens, penyampai dakwah dapat menyusun pesan yang lebih relevan dan menarik bagi mahasiswa.

Bahasa yang mudah dimengerti juga membuat pesan dakwah lebih inklusif, sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan mahasiswa, baik yang memiliki latar belakang agama yang kuat maupun yang masih belajar memahami ajaran Islam. Beberapa responden menyebutkan bahwa penggunaan bahasa yang lugas membantu mereka untuk lebih cepat memahami isi pesan dakwah. Hal ini penting karena mahasiswa tidak hanya menerima pesan dakwah, tetapi juga diharapkan untuk merenungi dan menginternalisasi nilai-nilai yang disampaikan. Dengan demikian, bahasa yang mudah dipahami akan mengoptimalkan penerimaan pesan dakwah dalam konteks digital seperti WhatsApp.

Selain kejelasan bahasa, gaya komunikasi yang digunakan juga mempengaruhi cara pesan diterima. Misalnya, pesan dakwah yang disampaikan dengan gaya yang ramah dan sopan cenderung lebih efektif daripada pesan yang terasa kaku atau menggurui. Gaya komunikasi ini menciptakan kesan keterbukaan antara penyampai dakwah dan mahasiswa sebagai penerima pesan, di mana audiens merasa dihargai dan diperlakukan sebagai rekan dalam pembelajaran agama. Dengan begitu, pesan dakwah yang disampaikan melalui WhatsApp akan menjadi lebih berkesan dan berdampak pada pemahaman mahasiswa.

Kejelasan pesan yang disampaikan juga berkaitan erat dengan struktur penyampaian. Mahasiswa mengungkapkan bahwa pesan dakwah yang disusun secara terstruktur, seperti dimulai dengan pengantar yang menarik dan disertai penjelasan singkat, lebih efektif dibandingkan dengan pesan yang langsung ke inti tanpa pengantar. Struktur pesan yang baik akan membuat mahasiswa merasa tertarik untuk membaca pesan tersebut hingga selesai. Dengan memperhatikan struktur dan gaya bahasa, WhatsApp

dapat menjadi media dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik bagi mahasiswa.

2. Pengaturan Frekuensi dan Konten yang Sesuai

Keberhasilan strategi komunikasi dipengaruhi oleh bagaimana pesan dirancang, disampaikan, serta disesuaikan dengan karakteristik penerima agar dapat diterima secara efektif. Selain itu, pemilihan media, isi pesan, dan waktu penyampaian menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan komunikasi (Febrianti et al, 2022). Efektivitas WhatsApp sebagai media dakwah juga sangat dipengaruhi oleh pengaturan frekuensi dan konten pesan yang disampaikan. Berdasarkan hasil survei, frekuensi pesan yang terlalu sering dapat menyebabkan kejenuhan bagi mahasiswa, sehingga mereka cenderung mengabaikan pesan-pesan dakwah yang terlalu sering muncul. Pengaturan frekuensi ini sangat penting agar pesan dakwah tetap relevan dan tidak menimbulkan kebosanan bagi audiens. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa pesan yang dikirim pada waktu-waktu tertentu, seperti menjelang shalat atau saat momen keagamaan, lebih efektif dan terasa lebih relevan. Pengaturan waktu yang tepat akan membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh mahasiswa tanpa mengganggu aktivitas harian mereka.

Selain frekuensi, konten yang disampaikan juga harus disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Mahasiswa merasa lebih terlibat ketika pesan yang disampaikan relevan dengan masalah atau isu-isu keagamaan yang sedang mereka hadapi. Dengan menyesuaikan konten, penyampai dakwah dapat memberikan pesan yang dirasa relevan dan kontekstual bagi audiens, sehingga meningkatkan kemungkinan pesan dakwah untuk dibaca dan dipahami. Sebagai contoh, pesan yang mengaitkan dakwah dengan isu-isu sosial terkini atau pertanyaan yang sering muncul di kalangan mahasiswa akan lebih berpotensi menarik perhatian mereka.

Manajemen frekuensi juga dapat dilakukan dengan menggunakan variasi format dalam penyampaian pesan. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka cenderung lebih tertarik pada pesan yang dikemas dalam format yang berbeda-beda, seperti video pendek, kutipan inspiratif, atau infografis. Penggunaan format yang bervariasi akan membantu mencegah kebosanan dan membuat pesan dakwah lebih dinamis. Dengan begitu, mahasiswa tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang lebih menarik dalam menerima pesan dakwah melalui WhatsApp.

Pengaturan frekuensi yang bijak juga memperhatikan respons audiens terhadap pesan-pesan yang telah disampaikan. Dalam temuan ini, beberapa mahasiswa menyarankan agar pengelola grup WhatsApp dakwah melakukan evaluasi berkala untuk melihat apakah pesan yang disampaikan terlalu sering atau terlalu sedikit. Hal ini penting agar penyampaian pesan dakwah tetap berada pada frekuensi yang ideal dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa sebagai audiens utama. Dengan mempertimbangkan feedback ini, penyampai dakwah dapat menyesuaikan frekuensi pesan agar tetap relevan tanpa mengganggu keseharian mahasiswa.

Frekuensi yang optimal juga dapat diatur dengan menyesuaikan waktu pengiriman pesan pada saat-saat yang tepat. Misalnya, beberapa mahasiswa menyebutkan bahwa

mereka lebih responsif terhadap pesan dakwah yang dikirim pada pagi hari atau menjelang waktu shalat. Dengan mengetahui waktu-waktu tertentu yang lebih efektif, penyampai dakwah dapat meningkatkan peluang pesan dakwah dibaca dan diterima dengan baik oleh mahasiswa.

3. Kredibilitas dan Referensi dalam Pesan

Keberhasilan penyampaian pesan dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator. Komunikator yang memiliki pengetahuan, reputasi, dan kredibilitas yang baik akan lebih mudah memperoleh kepercayaan audiens sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima (Febriani et al., 2022). Kredibilitas pesan menjadi aspek penting dalam penyampaian dakwah melalui WhatsApp. Berdasarkan temuan penelitian, mahasiswa lebih menerima pesan dakwah yang didukung oleh referensi yang jelas dan terpercaya. Mereka cenderung merasa yakin terhadap pesan yang mengandung sumber yang sah atau kutipan dari ulama atau tokoh keagamaan yang mereka hormati. Dengan mencantumkan referensi yang dapat dipertanggungjawabkan, penyampai dakwah dapat membangun kepercayaan audiens dan meningkatkan validitas pesan yang disampaikan. Hal ini penting agar mahasiswa tidak meragukan kebenaran informasi yang diterima.

Mahasiswa menyatakan bahwa pesan yang disampaikan tanpa referensi yang jelas terkadang menimbulkan kebingungan atau keraguan. Hal ini berpotensi mengurangi minat mereka untuk mengikuti pesan dakwah yang disampaikan melalui WhatsApp. Pesan dakwah yang tidak memiliki sumber atau dasar yang jelas akan terasa kurang otoritatif dan kurang dapat dipercaya oleh mahasiswa yang memiliki minat kuat dalam mencari kebenaran agama. Oleh karena itu, penyampai dakwah perlu menambahkan referensi dalam setiap pesan untuk menjaga efektivitas dakwah.

Selain meningkatkan kepercayaan, penggunaan referensi yang sah juga membantu mahasiswa mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap materi dakwah yang disampaikan. Misalnya, mahasiswa yang memiliki minat untuk mempelajari lebih lanjut dapat merujuk pada sumber yang dicantumkan, sehingga mereka dapat memahami konteks pesan secara lebih luas. Dengan begitu, pesan dakwah tidak hanya sampai pada permukaan, tetapi juga memberikan kedalaman pemahaman yang lebih bermakna bagi audiens yang memiliki ketertarikan mendalam terhadap kajian Islam.

Keberadaan referensi yang jelas juga menunjukkan bahwa penyampai dakwah telah melakukan penelitian atau kajian sebelum menyampaikan pesan, yang memberikan kesan profesionalisme dan ketulusan dalam menyampaikan dakwah. Mahasiswa menyebutkan bahwa mereka lebih tertarik pada pesan dakwah yang terlihat telah dipersiapkan dengan baik. Dengan begitu, pesan dakwah melalui WhatsApp akan lebih efektif dalam menarik perhatian mahasiswa dan meningkatkan rasa kepercayaan terhadap isi pesan tersebut.

Pentingnya kredibilitas juga terkait dengan upaya menghindari penyebaran informasi yang salah atau misinformasi. WhatsApp merupakan media digital yang rentan terhadap penyebaran berita palsu atau hoaks, sehingga penting bagi penyampai dakwah untuk menjaga akurasi informasi yang disampaikan. Dengan mencantumkan referensi

yang jelas, penyampai dakwah dapat memastikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan adalah informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

4. Penggunaan Media Visual sebagai Pendukung Pesan

Pemilihan media komunikasi merupakan bagian penting dari strategi komunikasi karena dapat memengaruhi bagaimana pesan dirancang dan diterima oleh audiens. Oleh karena itu, penggunaan media yang sesuai dengan karakteristik penerima akan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan (Febriani et al., 2022). Penggunaan media visual, seperti gambar dan video, terbukti mampu meningkatkan efektivitas WhatsApp sebagai media dakwah bagi mahasiswa. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa mahasiswa lebih tertarik pada pesan dakwah yang disertai dengan visual yang menarik daripada teks panjang yang monoton. Gambar dan video pendek mampu menjelaskan konsep dakwah dengan lebih menarik dan mudah dipahami oleh mahasiswa, yang sebagian besar merupakan generasi muda yang terbiasa dengan konten visual di media sosial. Penggunaan visual ini dapat meningkatkan daya tarik pesan dakwah dan membuat mahasiswa lebih tertarik untuk membaca atau menonton pesan tersebut.

Selain menarik perhatian, visual juga membantu memperjelas isi pesan dakwah. Konten visual dapat menyederhanakan pesan-pesan yang kompleks dan membuatnya lebih mudah dipahami oleh audiens. Sebagai contoh, infografis atau kutipan inspiratif yang disajikan secara menarik akan mempermudah mahasiswa dalam memahami inti dari pesan dakwah. Dengan cara ini, media visual menjadi alat yang efektif untuk membantu mahasiswa memahami pesan dakwah tanpa kesulitan, terutama bagi mereka yang mungkin belum terbiasa dengan terminologi keagamaan yang rumit.

Media visual juga berfungsi sebagai variasi dalam penyampaian pesan, yang mencegah kebosanan pada mahasiswa yang mungkin sudah terbiasa menerima pesan dalam bentuk teks. Beberapa mahasiswa dalam survei mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih tertarik dan termotivasi untuk membaca pesan dakwah yang disertai dengan elemen visual. Dengan menggunakan visual, WhatsApp dapat menjadi media dakwah yang lebih dinamis dan menarik, sesuai dengan karakteristik generasi muda yang cenderung lebih responsif terhadap konten visual.

Visual yang menarik juga dapat menciptakan kesan profesional dan serius dalam penyampaian dakwah. Mahasiswa akan merasa bahwa penyampai dakwah telah berusaha untuk menyusun materi dakwah dengan baik, menunjukkan niat yang tulus dalam memberikan informasi keagamaan. Kesan ini dapat meningkatkan minat mereka untuk lebih sering membaca pesan dakwah dan mendorong mereka untuk mendalami nilai-nilai Islam dengan lebih antusias.

Selain gambar dan video, variasi visual lain seperti grafik atau ilustrasi juga dapat digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep tertentu yang mungkin sulit dipahami hanya melalui teks. Misalnya, konsep ajaran Islam yang kompleks dapat dipermudah dengan penggunaan diagram atau skema. Dengan begitu, mahasiswa yang menerima pesan dakwah dapat dengan mudah memvisualisasikan konsep tersebut, meningkatkan pemahaman dan mengoptimalkan efektivitas dakwah di WhatsApp.

5. Kehadiran Tokoh yang Dihormati di Grup WhatsApp

Penerimaan pesan dipengaruhi oleh kredibilitas dan reputasi komunikator. Pesan yang disampaikan oleh figur yang memiliki kemampuan, reputasi, dan kredibilitas yang baik akan lebih mudah menarik perhatian serta memperoleh kepercayaan dari audiens (Febriani et al., 2022). Kehadiran tokoh yang dihormati dalam grup WhatsApp dakwah, seperti dosen atau ustadz, memiliki peran penting dalam memperkuat kredibilitas dan penerimaan pesan dakwah. Berdasarkan temuan penelitian, mahasiswa lebih memperhatikan dan mengapresiasi pesan dakwah yang disampaikan oleh tokoh yang mereka kenal dan hormati. Tokoh ini dianggap sebagai figur otoritatif yang memiliki pengetahuan mendalam dalam agama, sehingga pesan yang disampaikan memiliki bobot lebih di mata audiens. Kehadiran tokoh tersebut di dalam grup tidak hanya membuat mahasiswa lebih percaya terhadap isi pesan, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih aktif dalam berdiskusi dan bertanya mengenai hal-hal yang kurang mereka pahami.

Mahasiswa juga merasa bahwa pesan dakwah yang datang dari figur yang dihormati memberikan motivasi lebih bagi mereka untuk memahami dan menginternalisasi pesan tersebut. Tokoh ini tidak hanya dilihat sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai panutan yang mereka percayai dalam hal keagamaan. Dengan adanya figur otoritatif dalam grup, mahasiswa merasa lebih yakin terhadap kebenaran pesan dakwah yang disampaikan dan terdorong untuk berpartisipasi aktif. Interaksi yang terjadi antara mahasiswa dan tokoh tersebut juga menciptakan lingkungan yang kondusif bagi proses pembelajaran dakwah, di mana mahasiswa merasa dihargai dan diperhatikan.

Selain meningkatkan keterlibatan, kehadiran tokoh yang dihormati juga membangun kedekatan emosional antara mahasiswa dengan pesan dakwah yang disampaikan. Mahasiswa akan merasa lebih terhubung dengan pesan ketika mengetahui bahwa pesan tersebut disampaikan oleh seseorang yang mereka hormati dan percayai. Kedekatan emosional ini memperkuat kesan positif terhadap pesan dakwah dan membuat mahasiswa lebih terbuka terhadap nilai-nilai keislaman yang disampaikan. Dalam penelitian ini, banyak mahasiswa yang menunjukkan keinginan untuk mengikuti diskusi dakwah karena merasa dihargai dalam lingkungan yang dipimpin oleh tokoh yang mereka hormati.

Pengaruh tokoh ini juga membantu dalam menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan melalui WhatsApp. Mahasiswa yang merasa bahwa pesan dakwah tersebut disampaikan oleh orang yang berkompeten akan lebih mudah menerima dan memahami pesan yang disampaikan. Figur yang dihormati ini menjadi jembatan penting antara materi dakwah dan penerimaan audiens, membuat WhatsApp menjadi media yang efektif untuk menyebarkan dakwah di lingkungan mahasiswa. Kredibilitas yang ditunjukkan tokoh tersebut menjadikan setiap pesan dakwah lebih kuat dan berkesan bagi mahasiswa.

Dalam konteks dakwah melalui WhatsApp, kehadiran tokoh yang dihormati ini dapat memberikan sentuhan personal yang jarang ditemukan pada media dakwah digital lainnya. Tokoh tersebut tidak hanya memberikan materi dakwah, tetapi juga berperan

sebagai pembimbing yang mendampingi mahasiswa dalam memahami ajaran Islam. Dengan demikian, kehadiran tokoh yang dihormati dalam grup WhatsApp tidak hanya meningkatkan efektivitas pesan dakwah, tetapi juga membangun komunitas belajar yang suportif dan memotivasi.

6. Kesesuaian Konten dengan Kebutuhan Audiens

Efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh proses analisis audiens dan penyusunan pesan yang disesuaikan dengan karakteristik penerima. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi perlu mempertimbangkan karakteristik sasaran agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara lebih efektif (Febriani et al., 2022). Kesesuaian konten dakwah dengan kebutuhan dan karakteristik audiens adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi efektivitas dakwah melalui WhatsApp. Mahasiswa sebagai audiens memiliki latar belakang pengetahuan, minat, dan kebutuhan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penyampai dakwah perlu menyesuaikan konten dakwah dengan karakteristik mahasiswa agar pesan dapat diterima dengan lebih baik. Penelitian ini menemukan bahwa pesan dakwah yang relevan dengan permasalahan atau isu yang sedang dihadapi mahasiswa lebih menarik perhatian dan mudah diterima. Dengan mengaitkan materi dakwah dengan situasi nyata yang dialami mahasiswa, pesan dakwah menjadi lebih bermakna dan tidak terkesan hanya sekadar teori.

Kesesuaian konten juga mencakup pemilihan topik dakwah yang sesuai dengan minat dan kondisi mahasiswa. Misalnya, beberapa mahasiswa menyatakan bahwa mereka lebih tertarik pada pesan dakwah yang membahas isu-isu kekinian atau yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Topik-topik yang relevan dengan tantangan yang dihadapi generasi muda, seperti etika digital atau keislaman dalam era media sosial, dianggap lebih menarik bagi mahasiswa. Dengan menyusun materi yang sesuai dengan kebutuhan mereka, penyampai dakwah dapat menarik perhatian lebih banyak mahasiswa dan membuat mereka lebih terlibat dalam proses pembelajaran keagamaan melalui WhatsApp.

Penyesuaian konten ini juga dapat mencakup gaya bahasa yang digunakan dalam pesan dakwah. Mahasiswa cenderung lebih merespons pesan yang disampaikan dengan bahasa yang ramah dan komunikatif. Bahasa yang terlalu formal atau kaku mungkin akan membuat mahasiswa merasa tidak terhubung dengan pesan, sehingga efektivitas dakwah berkurang. Oleh karena itu, penting bagi penyampai dakwah untuk mempertimbangkan bahasa dan gaya komunikasi yang tepat, sehingga pesan dapat diterima dengan baik dan audiens merasa nyaman berinteraksi dalam grup.

Selain itu, konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens dapat membantu mahasiswa merasa bahwa pesan dakwah relevan dengan kehidupan mereka. Mahasiswa akan lebih tertarik dan termotivasi untuk mengikuti diskusi dakwah jika mereka merasa pesan yang disampaikan relevan dengan situasi dan tantangan yang mereka hadapi sehari-hari. Dengan demikian, konten yang disesuaikan tidak hanya menarik minat, tetapi juga meningkatkan penerimaan dan pemahaman mahasiswa terhadap ajaran-ajaran Islam yang disampaikan.

Kesesuaian konten ini juga memperkuat keberlanjutan dalam penyampaian dakwah. Mahasiswa yang merasa bahwa pesan dakwah relevan dengan kebutuhan mereka akan lebih tertarik untuk terus mengikuti diskusi dakwah di WhatsApp. Dengan begitu, dakwah melalui WhatsApp tidak hanya efektif dalam menyampaikan pesan, tetapi juga dapat membangun keterikatan jangka panjang antara mahasiswa dan materi dakwah, yang mendukung pemahaman dan pengamalan nilai-nilai Islam secara berkelanjutan di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAL-AZIS.

KESIMPULAN

Kesimpulan menunjukkan bahwa WhatsApp cukup efektif sebagai media dakwah di kalangan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI AL-AZIS. Platform ini memfasilitasi penyebaran pesan dakwah dengan cepat dan efisien serta memungkinkan interaksi langsung antara da'i dan audiens melalui fitur-fitur seperti grup diskusi dan pesan suara, yang memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap pesan keagamaan. Meskipun tidak menggantikan metode dakwah tradisional, WhatsApp menawarkan kemudahan akses dan kontinuitas yang menjadikannya pilihan efektif di era digital. Efektivitas ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kejelasan dan kesederhanaan bahasa pesan, pengaturan frekuensi yang tepat, kredibilitas melalui referensi yang jelas, penggunaan konten visual pendukung, kehadiran tokoh yang dihormati dalam grup, serta kesesuaian konten dengan karakteristik dan kebutuhan audiens. Penyesuaian konten serta gaya penyampaian yang memperhatikan audiens utama berperan penting dalam meningkatkan keterikatan dan respons positif mahasiswa terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui WhatsApp.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdussamad, Z. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif. St. Louis. Retrieved from <https://www.proquest.com/working-papers/buku-metode-penelitian-kualitatif/docview/2623783889/se-2?accountid=215586>
- Adminbudaya. (2023, July 23). Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Situs Budaya*. Retrieved from <https://situsbudaya.id/sejarah-perkembangan-teknologi-komunikasi/>
- Anggita, Nur. (2024, November 13). Media Komunikasi: Pengertian, Jenis, dan Perkembangannya. *Brand Talk*. Retrieved from <https://brandtalk.co.id/umum/media-komunikasi-pengertian-jenis-dan-perkembangannya/#gsc.tab=0>
- Febriani, T., Rahmanto, A. N., & Naini, A. M. I. (2022). Social media influencer as marketing communication of "Fortivit" rice from Perum BULOG. In *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series* (Vol. 6, No. 1, pp. 56-69). <https://jurnal.uns.ac.id/ijsascs/article/view/69935>
- Creswell, J. W. (2023). Generating metainferences in mixed methods research: A worked example in convergent mixed methods designs. Sage Publications, 16(3). Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/generating-metainferences-mixed-methods-research/docview/2895756753/se-2?accountid=215586>

- Jagad ID. (2024). Pengertian Whatsapp : Sejarah, Manfaat, Kelebihan dan Kekurangan. *Jagad ID*. Retrieved from <https://jagad.id/pengertian-whatsapp/>
- Lesmono, Ryan. (2024, May 6). Definisi Populasi Menurut Sugiyono: Membahas Konsep yang Penting dalam Penelitian. *Reda Samudera*. Retrieved from <https://redasamudera.id/definisi-populasi-menurut-sugiyono/>
- Lestari, Novita. (2024). Optimalisasi Dakwah di Era Modern melalui Media Sosial. *Qawwam: The Leader's Writing*, Vol. 5, No. 1, Juni 2024, 35-42.
- Rahartri. (2019). "WhatsApp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek). *Visi Pustaka*, Vol. 21, No. 2, Agustus 2019, 147-155.
- Surya, Qomar. (2024, June 20). Perkembangan Teknologi Komunikasi: Dari Masa ke Masa. *Tambah Pinter*. Retrieved from <https://tambahpinter.com/perkembangan-teknologi-komunikasi-dari-masa-ke-masa/>
- Zulkipli. (2022). Intensitas Pemanfaatan WhatsApp sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. *SKRIPSI*. Retrieved from <https://idr.uin-antasari.ac.id/18621/>