

ABSTRAK

Dewi Rezky Maemunah. 105271106919. 2023. *Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.* Dibimbing oleh Amirah Mawardi dan Aliman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial Instagram sebagai media dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 serta faktor pendukung dan penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana teknik pengumpulan data selama melakukan proses penelitian menggunakan metode dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar selama dua bulan yaitu pada bulan Maret hingga April.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram berperan sebagai media dakwah bagi beberapa Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2020 dengan menggunakan fitur *feed, reels, instastory* dan *live streaming* dalam menyebarkan konten yang berisikan pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk gambar poster dan video. Dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram tentunya tidak lepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram yaitu Instagram memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, memiliki beragam fitur serta dengan kekuatan dan kecepatan koneksi internet saat ini membuat konten dakwah yang dibagikan di media sosial Instagram akan lebih cepat tersebar dan tersampaikan kepada *mad'u*. Adapun faktor penghambat dalam menyampaikan dakwah di media sosial Instagram yaitu beberapa orang belum paham menggunakan Instagram terutama di kalangan orang tua, keterbatasan kouta internet, kurangnya kreativitas dalam mengemas konten dakwah dan masih kurangnya minat seseorang terhadap konten-konten positif seperti konten yang di dalamnya berisikan pesan dakwah, faktor ekonomi sehingga tidak memiliki alat komunikasi berupa *smartphone* dan faktor jaringan yang biasanya lambat, hilang ataupun terputus.

Kata Kunci: Mahasiswa, Dakwah, Media, Instagram.