



Analisis Persepsi Remaja Di Kecamatan Mampang Prapatan Terhadap Konten Agama Islam Pada Platform Media Sosial Instagram @Pemuda_Hijrah_Org

Muhammad Farhan^{*1}, Yusmawati², Muherni Asri Utami³

^{1,2,3}Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Program Studi Ilmu Komunikasi, Indonesia

Email : farhan44210538@gmail.com¹, yusmawati.ymw@bsi.ac.id², muherni.mai@bsi.ac.id³

Abstract

Social media as a digital public space has become a strategic tool for conveying religious messages, especially among teenagers who are active users of digital platforms. Religious messages shared on social media platforms like Instagram can shape audience perceptions, including those of teenagers. This study aims to understand teenagers' perceptions of Islamic religious content shared through the Instagram account @pemuda_hijrah_org. The study employs a qualitative approach and involves ten teenage informants residing in Mampang Prapatan Subdistrict, South Jakarta. Data was collected through in-depth interviews. The results of the study indicate that the process of teenagers' perceptions of religious content involves three stages: attention, organization, and interpretation-evaluation. Teenagers are attracted to the content due to its appealing appearance and lighthearted language style, then selectively organize the messages based on their spiritual and emotional needs. In the interpretation and evaluation stage, adolescents begin to interpret the content as a form of self-reflection that motivates positive changes in attitude and behavior. Internal factors such as personal experiences and psychological conditions, as well as external factors such as visual presentation, delivery style, and accessibility flexibility, play a decisive role in this perception process.

Keywords: *perception, digital dakwah, adolescents, Instagram, religious content*

Abstrak

Media sosial sebagai ruang publik digital menjadi sarana strategis dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, terutama bagi kalangan remaja yang merupakan pengguna aktif platform digital. Pesan dakwah yang disampaikan pada media sosial seperti instagram dapat membentuk persepsi audiens termasuk audiens remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi remaja terhadap konten dakwah Islam yang disampaikan melalui akun Instagram @pemuda_hijrah_org. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, serta melibatkan sepuluh informan remaja yang berdomisili di Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses persepsi remaja terhadap konten dakwah mencakup tiga tahap: atensi, organisasi, dan interpretasi-evaluasi. Remaja tertarik pada konten karena tampilannya yang menarik dan gaya bahasa yang ringan, lalu mengorganisasi pesan secara selektif berdasarkan kebutuhan spiritual dan emosional mereka. Pada tahap interpretasi dan evaluasi, remaja mulai memaknai konten sebagai bentuk refleksi diri yang memotivasi perubahan sikap dan perilaku ke arah yang lebih baik. Faktor internal seperti pengalaman pribadi dan kondisi psikologis, serta faktor eksternal seperti tampilan visual, gaya penyampaian, dan fleksibilitas akses menjadi penentu dalam proses persepsi tersebut.

Kata kunci: persepsi, dakwah digital, remaja, instagram, konten keagamaan

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia modern, terutama melalui kehadiran internet yang mempermudah akses, pengelolaan, serta penyebaran informasi. Internet kini menjadi media utama dalam berbagai aktivitas manusia, mulai dari komunikasi, pendidikan, hingga hiburan. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa dengan dominasi Generasi Z, yang dikenal sangat aktif dalam penggunaan teknologi digital. Kemajuan internet turut melahirkan media sosial sebagai ruang interaksi baru yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan menanggapi berbagai bentuk konten. Berdasarkan laporan We Are Social (2024), terdapat lebih dari 170 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, dengan kelompok usia remaja menjadi pengguna paling dominan. Di antara berbagai platform yang ada, Instagram menjadi salah satu yang paling populer karena bersifat visual, interaktif, dan mudah diakses. Selain digunakan untuk hiburan dan interaksi sosial, Instagram kini juga dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keagamaan dan dakwah Islam.

Salah satu akun dakwah yang banyak diikuti oleh kalangan muda adalah @pemuda_hijrah_org yang berada di bawah bimbingan Ustadz Hanan Attaki. Akun ini dikenal aktif menyebarkan konten keagamaan berupa kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, serta video dakwah singkat yang dikemas dengan gaya santai dan visual menarik. Gaya penyampaian yang sederhana dan dekat dengan kehidupan sehari-hari menjadikan konten tersebut mudah diterima oleh remaja. Kehadiran akun dakwah digital seperti ini menunjukkan bagaimana media sosial telah menjadi ruang strategis dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara modern. Dalam konteks teori Stimulus Organisme Respons (SOR), konten dakwah yang ditampilkan di

media sosial berperan sebagai stimulus yang dapat memengaruhi persepsi, emosi, dan sikap remaja terhadap ajaran Islam. Persepsi merupakan proses kognitif yang digunakan individu untuk memahami dan memberi makna terhadap informasi atau stimulus yang diterimanya. Dalam penelitian ini, persepsi diartikan sebagai cara remaja memaknai dan menanggapi konten dakwah Islam yang mereka temui di media sosial, khususnya di akun Instagram @pemuda_hijrah_org.

Remaja merupakan individu berusia 13–21 tahun yang berada pada masa pencarian jati diri dan pembentukan nilai-nilai kehidupan. Pada fase ini, mereka sangat terbuka terhadap pengaruh lingkungan, termasuk media sosial. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi remaja mengenai konten keagamaan menjadi penting untuk diketahui karena dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku keberagamaan mereka. Konten dakwah yang disajikan melalui Instagram baik berupa teks, gambar, video, maupun infografis memiliki potensi besar untuk membentuk pemahaman keagamaan yang lebih positif dan kontekstual bagi generasi muda. Penelitian ini berfokus pada persepsi remaja Islam di Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, terhadap konten edukatif agama Islam yang disajikan melalui akun Instagram @pemuda_hijrah_org. Wilayah ini dipilih karena mayoritas remajanya aktif menggunakan media sosial dan memiliki latar belakang sosial yang beragam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana konten dakwah digital diterima, diinterpretasikan, dan dimaknai oleh remaja sebagai bagian dari proses pembentukan identitas keagamaan di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagaimana dijelaskan oleh Creswell (2016), yaitu pendekatan yang bertujuan mengeksplorasi dan memahami makna yang dimaknai individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Metode deskriptif

kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menafsirkan fenomena berdasarkan narasi dan pengalaman subjektif partisipan (Yin, 2020). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada bagaimana proses persepsi remaja terbentuk melalui pengalaman dan interaksi mereka dengan media dakwah digital, bukan untuk mengukur pengaruh secara kuantitatif. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, selama tiga bulan (April–Juni 2025). Lokasi ini dipilih karena banyak remaja di wilayah tersebut aktif menggunakan media sosial dan menjadi pengikut akun Instagram @pemuda_hijrah_org. Unit analisis penelitian ini adalah remaja berusia 13–21 tahun yang berdomisili di Mampang Prapatan dan pernah mengakses konten akun tersebut.

Definisi konseptual dalam penelitian ini meliputi tiga istilah utama, yaitu: **persepsi**, yang dimaknai sebagai proses kognitif individu dalam memahami dan memberi makna terhadap stimulus dari konten keagamaan di Instagram; **remaja**, yaitu individu berusia 13–21 tahun yang berada dalam fase pencarian jati diri dan pembentukan nilai keagamaan; serta **konten agama Islam di media sosial**, yang mencakup berbagai bentuk materi dakwah, nilai, dan ajaran Islam dalam format teks, gambar, video, atau infografis pada akun @pemuda_hijrah_org. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik **purposive sampling**, melibatkan sepuluh remaja yang memenuhi kriteria relevan dengan tujuan penelitian. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali persepsi, pemaknaan, dan interpretasi para informan terhadap pesan-pesan keagamaan yang mereka konsumsi di media sosial. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap aktivitas digital serta mengumpulkan dokumentasi berupa tangkapan layar konten, video, dan referensi pendukung lainnya dari sumber ilmiah dan digital.

Analisis data dilakukan menggunakan **analisis tematik (thematic analysis)** menurut Braun dan Clarke (2019), melalui tahapan transkripsi, pengkodean, identifikasi tema,

peninjauan, dan interpretasi. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model interaktif dari Sugiyono (2019) yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menerapkan teknik **triangulasi** sumber dan teknik, **member check**, serta **peer debriefing**. Ketiga teknik ini digunakan untuk memastikan keakuratan interpretasi data, menjaga objektivitas, serta memperkuat validitas temuan penelitian melalui verifikasi berlapis

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, ditemukan tiga tema utama yang mencerminkan proses terbentuknya persepsi remaja terhadap konten dakwah Islam pada akun Instagram @pemuda_hijrah_org. Ketiga tema tersebut meliputi tahapan dalam teori persepsi, yaitu atensi (perhatian), organisasi (pengolahan pesan), dan interpretasi (pemberian makna).

Bagian pembahasan ini menganalisis hasil wawancara dari sepuluh informan remaja di Kecamatan Mampang Prapatan yang menjadi pengikut akun tersebut. Analisis dilakukan dengan menggunakan kerangka teori Persepsi Eysenck (2020) yang menjelaskan tahapan-tahapan dalam pembentukan persepsi serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Selain itu, pembahasan ini juga mengaitkan temuan lapangan dengan teori komunikasi, karakteristik perkembangan remaja, serta teori media sosial yang telah dijelaskan pada Bab II, guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana remaja memaknai konten keagamaan di media digital.

Tahapan Persepsi Remaja terhadap konten @pemuda_hijrah_org

Dalam teori persepsi menurut Eysenck, proses persepsi terdiri dari tiga tahapan utama yaitu Atensi, Organisasi Stimulus, serta Interpretasi dan Evaluasi. Tahapan ini memiliki

kesetaraan dengan model persepsi yang umum digunakan dalam teori komunikasi, yang membagi tahapan menjadi Stimulus, Seleksi, Interpretasi, dan Respon. Meskipun terdapat perbedaan istilah, secara prinsip kedua model ini menjelaskan proses yang sama dalam membentuk persepsi individu terhadap suatu informasi atau pesan (Eysenck, 2020).

Pada penelitian ini, persepsi remaja terhadap konten dakwah di akun @pemuda_hijrah_org dianalisis berdasarkan ketiga tahapan tersebut, sekaligus dikaitkan dengan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pembentukan persepsi.

1. Atensi (Perhatian)

Pada tahap awal persepsi, perhatian remaja terhadap konten dakwah akun @pemuda_hijrah_org dipicu oleh tampilan visual yang menarik dan penyajian yang estetik. Desain sederhana, warna lembut, serta kutipan singkat yang mudah dipahami membuat mereka tertarik. Beberapa informan menyebut pesan dalam konten terasa “menyentuh” dan relevan dengan kondisi hati, menunjukkan bahwa unsur visual dan emosional menjadi stimulus utama yang menarik atensi remaja terhadap konten dakwah berupa video singkat, kutipan ayat, dan motivasi Islami.

a. Informan 1

Nilam mulai memperhatikan akun @pemuda_hijrah_org setelah mendapat rekomendasi dari temannya dan sering melihat kontennya muncul di beranda Instagram. Ia tertarik karena kontennya singkat, bermakna, tidak membosankan, serta memberikan ketenangan. Ketertarikan ini menjadi bagian dari tahap atensi, yaitu kemampuan individu memusatkan fokus pada stimulus tertentu di antara banyak rangsangan. Dalam hal ini, perhatian Nilam muncul karena cara penyampaian pesan yang menarik dan mudah dipahami. Faktor eksternal seperti frekuensi kemunculan konten juga berperan, karena menurut Mardhiah Rubani, stimulus yang muncul

berulang kali cenderung lebih mudah menarik perhatian individu seperti halnya konten @pemuda_hijrah_org yang sering muncul di beranda Nilam.

b. Informan 2

Qutub mengenal akun @pemuda_hijrah_org melalui temannya dan mulai tertarik karena kontennya dianggap relevan dengan kebutuhan remaja, khususnya pada bagian “Ngaji Kasih Solusi”. Pada tahap atensi, ketertarikan Qutub muncul karena dua faktor: pertama, informasi awal dari teman yang memperkenalkan akun tersebut; kedua, isi konten yang sesuai dengan kebutuhannya sebagai remaja muslim. Akun @pemuda_hijrah_org juga rutin mengunggah konten agama, sehingga semakin menarik perhatiannya. Dalam konteks persepsi, atensi merupakan tahap awal yang memungkinkan individu memilih stimulus tertentu dari berbagai informasi yang diterima. Konten dakwah yang relevan berfungsi sebagai pemicu utama perhatian Qutub. Ketertarikan ini dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu kebutuhan akan nasihat keagamaan yang sesuai dengan kehidupan remaja, serta faktor eksternal, yakni konsistensi unggahan yang membuat konten tersebut semakin mudah menarik perhatiannya.

c. Informan 3

Perhatian Linda Ayu Septiana terhadap akun @pemuda_hijrah_org muncul karena sering melihat kontennya di fitur *explore* instagram, terutama kutipan ayat Al-Qur'an yang dirasakannya menyentuh. Fitur Explore berperan menampilkan konten sesuai minat pengguna, sehingga kemungkinan besar Linda sering mengakses konten bertema keagamaan. Atensi Linda muncul ketika ia menemukan ayat-ayat Al-Qur'an

yang membangkitkan perasaan dan menyentuh sisi emosionalnya. Dalam proses persepsi, perhatian menjadi tahap awal yang memungkinkan individu memproses informasi lebih dalam. Konten yang menimbulkan respon emosional cenderung lebih menarik dan bertahan lama dalam ingatan dibandingkan konten netral. Dalam hal ini, kutipan ayat-ayat Al-Qur'an dari akun @pemuda_hijrah_org mampu memicu keterlibatan emosional Linda, membuat perhatiannya lebih fokus dan mendalam. Faktor eksternal berupa frekuensi kemunculan konten juga turut memperkuat atensi Linda terhadap akun tersebut.

Mayoritas responden tertarik pada akun @pemuda_hijrah_org karena rekomendasi dari teman, keluarga, atau kemunculannya di fitur Instagram Explore. Daya tarik utama muncul dari tampilan visual yang estetik, bahasa yang ringan dan mudah dipahami, serta kesesuaian isi pesan dengan pengalaman pribadi mereka. Selain itu, perbedaan gaya penyampaian konten juga menjadi faktor yang menarik perhatian para informan.

2. Organisasi

Setelah memperhatikan konten, remaja mulai mengelompokkan pesan dakwah sesuai dengan pengalaman dan nilai yang mereka pahami. Banyak informan mengaitkan isi pesan dengan situasi pribadi seperti proses berhijrah, menjaga pergaulan, atau upaya memperbaiki diri. Hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya sekadar memperhatikan konten dari akun @pemuda_hijrah_org, tetapi juga menyeleksi dan menyesuaikannya dengan kebutuhan emosional serta spiritual masing-masing. Proses ini mencerminkan kemampuan kognitif remaja dalam menyaring dan memilih stimulus yang paling relevan serta bermakna bagi diri mereka secara personal.

a. Informan 1

Setelah perhatian Nilam terhadap akun @pemuda_hijrah_org terbentuk, ia memasuki tahap **organisasi persepsi**, di mana ia mulai menyusun dan mengelompokkan pesan dakwah menjadi makna yang relevan dengan dirinya. Nilam memilih konten singkat yang menenangkan dan bermakna sebagai pengingat diri, mencerminkan kebutuhan emosional dan spiritualnya. Konten dari akun tersebut kemudian ia kategorikan sebagai pesan “reflektif dan inspiratif” yang memberi penguatan spiritual. Proses ini dipengaruhi oleh **faktor eksternal**, yaitu kemudahan akses dan konsistensi unggahan di Instagram, serta **faktor internal**, berupa ketertarikan pada pesan keagamaan yang ringan dan tidak menggurui. Pesan singkat yang menyentuh memudahkan Nilam mengolah makna positif dan menjadikannya sumber motivasi dalam kehidupan sehari-hari.

b. Informan 2

Qutub mengorganisasi informasi dari akun @pemuda_hijrah_org berdasarkan kebutuhan dan relevansi pribadinya sebagai remaja. Ia tertarik pada segmen “Ngaji Kasih Solusi” karena membahas persoalan anak muda secara praktis dan mudah dipahami. Dalam tahap organisasi persepsi, Qutub mulai menyusun konten yang dianggap paling bermanfaat dan dekat dengan pengalaman hidupnya. Konten yang ringan, tidak menggurui, serta menggunakan contoh nyata menjadi yang paling mudah diproses secara mental. Proses ini diperkuat oleh faktor eksternal, yaitu konsistensi unggahan dan tampilan visual yang sederhana namun menarik, serta faktor internal, berupa kebutuhan refleksi diri dan penguatan nilai religius. Akun ini memberikan

dorongan positif bagi Qutub untuk memperbaiki diri dan menjadikan kontennya sebagai sumber motivasi spiritual sehari-hari.

c. Informan 3

Setelah tertarik pada konten akun @pemuda_hijrah_org yang sering muncul di fitur Explore, Linda Ayu Septiana mulai menyusun dan memilih konten yang sesuai dengan kondisi emosional dan nilai yang diyakininya. Ia lebih menyukai kutipan Al-Qur'an dan motivasi Islami singkat yang menyentuh perasaan serta membangkitkan kesadaran diri. Dalam tahap organisasi persepsi, Linda mengelompokkan konten ke dalam kategori spiritual reflektif, yakni pesan yang memberi rasa nyaman dan relevan dengan keadaan batinnya. Proses ini dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kemudahan akses di Instagram, gaya bahasa lembut, dan desain konten yang sederhana namun menarik. Sedangkan faktor internal berupa kebutuhan emosional akan ketenangan dan motivasi hidup membuat Linda lebih terikat secara afektif pada pesan dakwah tersebut. Konten yang menyentuh perasaannya tidak hanya diingat lebih lama, tetapi juga menjadi sarana refleksi dan penguatan spiritual pribadi.

Pada tahap organisasi, para responden mulai menyusun dan memilih konten dari akun @pemuda_hijrah_org berdasarkan kondisi emosional dan spiritual masing-masing. Qutub menyukai segmen “Ngaji Kasih Solusi” karena kontennya solutif, sedangkan Linda Ayu tertarik pada kutipan Al-Qur'an yang menyentuh perasaan. Nurul Fitri dan Shafa Shofia memilih konten ringan yang relevan dengan pencarian jati diri. Faktor eksternal seperti tampilan visual estetik, bahasa santai, dan kemudahan akses memperkuat minat mereka, sementara faktor internal seperti kebutuhan refleksi,

perbaikan diri, dan ketenangan batin menjadi dasar seleksi konten. Dengan demikian, remaja berperan aktif dalam membentuk makna dakwah sesuai pengalaman pribadi.

3. Interpretasi dan Evaluasi

Pada tahap interpretasi, remaja mulai memberi makna terhadap pesan dakwah yang mereka terima dari akun @pemuda_hijrah_org. Sebagian besar merasa termotivasi untuk memperbaiki diri dan semakin dekat dengan nilai-nilai Islam. Mereka menafsirkan konten sebagai pengingat diri, dorongan berbuat baik, atau ajakan menuju perubahan positif. Meskipun demikian, cara memaknai pesan bervariasi ada yang melihatnya sebagai pengingat ringan yang menenangkan, sementara yang lain menganggapnya sebagai bimbingan spiritual di tengah kesibukan hidup. Perbedaan makna ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, tingkat religiusitas, serta kedekatan emosional masing-masing individu terhadap pesan yang diterima.

a. Informan 1

Pada tahap interpretasi dan evaluasi, Nilam Cahya mulai memberi makna mendalam terhadap konten dakwah dari akun @pemuda_hijrah_org. Baginya, konten tersebut bukan sekadar informasi agama, melainkan pengingat diri dan sarana refleksi spiritual yang menenangkan, terutama saat menghadapi tekanan hidup. Ia menafsirkan pesan singkat namun bermakna itu sebagai dorongan untuk lebih dekat kepada Allah dan memperbaiki diri secara bertahap. Dalam tahap evaluasi, Nilam menilai konten dakwah tersebut relevan secara spiritual dan menarik secara visual, dengan bahasa yang santai namun menyentuh, sehingga mudah dipahami dan membekas. Faktor internal seperti kebutuhan spiritual dan motivasi untuk menjadi pribadi lebih baik, serta faktor eksternal seperti kemudahan akses dan desain konten yang menarik, turut memperkuat proses persepsinya. Berdasarkan

teori Trujillo dan Holler, proses interpretasi Nilam mencerminkan prinsip *continuity*, karena ia mengalami perubahan spiritual secara bertahap dan berkesinambungan melalui refleksi diri yang mendalam.

b. Informan 2

Pada tahap interpretasi dan evaluasi, Qutub mulai memaknai konten dakwah dari akun @pemuda_hijrah_org bukan sekadar tontonan menarik, tetapi sebagai sumber nasihat dan bimbingan hidup yang relevan dengan kesehariannya sebagai remaja. Ia mengaitkan pesan dakwah, khususnya dari segmen “Ngaji Kasih Solusi,” dengan pengalaman pribadinya dan kebutuhan spiritualnya, sehingga konten tersebut memberi dampak emosional dan mendorong refleksi diri. Dalam evaluasinya, Qutub merasa konten dakwah membuatnya lebih reflektif dan termotivasi untuk memperbaiki diri, baik dalam ibadah maupun perilaku sehari-hari. Faktor internal berupa kesadaran spiritual dan keinginan berkembang religius, serta faktor eksternal seperti kemudahan akses dan tampilan visual yang menarik, memperkuat proses pemaknaan ini. Berdasarkan teori Trujillo dan Holler, pengalaman Qutub mencerminkan prinsip *continuity*, karena perubahan spiritual yang ia alami berlangsung secara bertahap dan konsisten melalui interaksi rutin dengan konten dakwah.

c. Informan 3

Pada tahap interpretasi dan evaluasi, Linda Ayu Septiana memberi makna emosional yang mendalam terhadap konten dakwah dari akun @pemuda_hijrah_org, terutama pada kutipan Al-Qur'an yang ia rasakan

menenangkan dan relevan dengan kondisi batinnya. Proses interpretasi ini menunjukkan keterlibatan afektif yang kuat, di mana Linda menafsirkan pesan dakwah sebagai sapaan spiritual pribadi yang membimbing dan menenangkan.

Dalam evaluasinya, Linda mulai mengaitkan isi pesan dengan kehidupan sehari-hari, menjadikannya sarana introspeksi untuk memperbaiki diri dan mendekatkan diri kepada Allah. Faktor internal seperti kebutuhan akan ketenangan spiritual dan refleksi diri, serta faktor eksternal seperti bahasa yang lembut, desain sederhana, dan kemudahan akses di Instagram, memperkuat proses pemaknaannya. Berdasarkan teori Trujillo dan Holler, pengalaman Linda mencerminkan prinsip *similarity* dalam Gestalt, karena ia mengaitkan pesan dakwah dengan pengalaman dan kondisi emosional pribadinya.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial, khususnya Instagram, semakin meningkat di kalangan remaja dengan berbagai konten yang dikonsumsi setiap hari. Salah satu yang digemari oleh remaja di Kecamatan Mampang Prapatan adalah konten dakwah Islam dari akun @pemuda_hijrah_org. Pesan yang disampaikan melalui akun tersebut mampu membentuk persepsi positif di benak remaja, meskipun proses pembentukan persepsi ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan dan dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil penelitian, remaja di Kecamatan Mampang Prapatan menunjukkan persepsi positif terhadap konten dakwah @pemuda_hijrah_org karena proses kognitif dan afektif yang melibatkan perhatian pada tampilan visual, pengolahan makna pesan, serta interpretasi terhadap nilai-nilai keislaman yang dikemas secara menarik dan relevan dengan kehidupan mereka.

1. Pada tahap *atensi*, remaja tertarik terhadap konten karena visualnya yang menarik, gaya bahasa yang ringan, serta pesan yang relevan dengan situasi emosional mereka. Faktor-faktor ini membuat remaja lebih mudah memberikan perhatian terhadap pesan dakwah yang dikemas secara modern dan tidak menggurui.
2. Pada tahap *organisasi*, remaja mengelompokkan pesan dakwah sesuai dengan pengalaman dan pemahaman pribadi. Mereka menafsirkan isi konten berdasarkan kondisi kehidupan yang sedang dijalani, seperti semangat berhijrah, menjaga pergaulan, dan memperbaiki diri. Proses ini menunjukkan bahwa remaja aktif dalam memahami pesan keagamaan, bukan sekadar menerima informasi secara pasif.
3. Pada tahap *interpretasi*, remaja memberi makna terhadap pesan dakwah yang diterimanya dengan menyesuaikannya pada nilai-nilai spiritual dan sosial yang mereka yakini. Pesan yang disampaikan melalui akun @pemuda_hijrah_org dimaknai sebagai bentuk pengingat lembut dan motivasi untuk terus memperbaiki diri dalam konteks kehidupan modern.
4. Berdasarkan teori *Gestalt* (Trujillo & Holler), persepsi terbentuk melalui prinsip kedekatan, kesamaan, dan kesinambungan yang terjadi ketika konten secara konsisten hadir dengan pola visual dan narasi yang serupa. Sedangkan melalui teori Visual Rhetoric (Lee & Song), visualisasi dakwah di media sosial berfungsi sebagai bentuk retorika visual yang menggugah perasaan, membangun keterikatan, dan menciptakan makna spiritual melalui simbol-simbol grafis dan estetika yang sesuai dengan budaya digital remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2019). *Thematic analysis*. In P. Liamputtong (Ed.), *Handbook of Research Methods in Health Social Sciences* (pp. 843–860). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4_103
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (2020). *Cognitive psychology: A student's handbook* (8th ed.). Psychology Press.
- https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang?utm_source
- <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/?utm>
- Lee, S. J., & Song, H. (2021). Understanding interpersonal perception: A social cognitive perspective. *Journal of Communication Psychology*, 15(2), 88–103.
<https://doi.org/10.1016/j.jcps.2021.03.005>
- Pemuda_hijrah_org. (2025, Juni 1). *Profil dan unggahan konten Islami* [Tangkapan layar]. Instagram. https://www.instagram.com/pemuda_hijrah_org/
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, R. K. (2020). *Qualitative Research from Start to Finish* (2nd ed.). New York: Guilford Press.