Journal of Creative Student Research (JCSR)
Vol. 2, No. 3 Juni 2024
e-ISSN: 2963-4776; p-ISSN: 2963-5942, Hal 261-276
DOI: https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v2i3.3914

Strategi Edukasi-Islam Kreatif di Instagram bagi Mahasiswa Gen Z FAD UPN Veteran Jawa Timur

Mohamad Arya Mizar
UPN Veteran Jawa Timur

Muhammad Ifris Putra Laksono
UPN Veteran Jawa Timur

Erina Irsyadiyah
UPN Veteran Jawa Timur

Tiara Aulia Arsa
UPN Veteran Jawa Timur

Nashwa Aqila Yudhiestira
UPN Veteran Jawa Timur

Alamat: Jalan. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294
Korespondensi penulis: 23051010067@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *This study aims to investigate the effectiveness of creative-educational content on the Instagram platform to educate students of the Faculty of Architecture and Design (FAD) UPN Veteran East Java about Islamic teachings and values in the digitalization era. The research method used is qualitative and quantitative by distributing questionnaires and digging deeper into the content that can be trusted and in accordance with the teachings in Islam. With this research, it is hoped that it can provide more in-depth knowledge about effective strategies and redevelop existing strategies to be more varied and reach and involve generation Z, especially students of the Faculty of Architecture and Design.*

Keywords: *Generation Z, Digitalization, Islamic Education.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki efektivitas dari konten edukasi-kreatif yang berada pada platform instagram untuk mengedukasi tentang ajaran-ajaran agama Islam dan nilai yang terkandung di dalamnya kepada mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain (FAD) UPN Veteran Jawa Timur di era digitalisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner dan mengulik lebih dalam konten-konten tersebut dapat dipercaya dan sesuai dengan ajaran-ajaran yang ada dalam agama Islam. Dengan adanya penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam bagaimana strategi yang efektif serta mengembangkan kembali strategi yang ada menjadi lebih bervariatif dan lebih menjangkau serta melibatkan gen Z, terutama mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain.

Kata kunci: Generasi Z, Digitalisasi, Pendidikan Islam.

LATAR BELAKANG

Pada era digitalisasi, terlihat bahwa seluruh bidang di berbagai aspek kehidupan berevolusi dan berkembang secara pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan berbagai informasi yang tersebar secara mudah dan cepat di media sosial yang tentu saja menjadikannya memiliki dampak positif maupun dampak negatif. Salah satu dari berbagai informasi tersebut adalah informasi tentang keagamaan. Agama merupakan sesuatu yang sangat krusial dan penting bagi

Received Mei 20, 2024; Accepted Juni 20, 2024; Published Juni 30, 2024
** Mohamad Arya Mizar, 23051010067@student.upnjatim.ac.id*

setiap manusia. Dengan adanya agama, manusia akan mendapatkan arah hidup, panduan kehidupan, serta ketenangan dalam hati.

Menurut Pew Research Centre, agama Islam merupakan agama kedua paling banyak di dunia yang dianut oleh manusia. Agama Islam merupakan agama yang diturunkan oleh Allah swt. Kepada manusia melalui rasulnya, yang berisi hukum yang mengatur manusia dengan Allah, manusia dengan manusia, dan manusia dengan dengan alam semesta. Dengan memeluk agama Islam, manusia mengharapkan ketenangan, kedamaian, petunjuk dalam menjalani kehidupan di dunia maupun di akhirat.

Secara umum, manusia mendapatkan ilmu agama Islam dengan bersekolah di lembaga pendidikan formal layaknya sekolah atau *madrasah* hingga jenjang perkuliahan. Namun, terkadang ilmu-ilmu tersebut kurang tersampaikan ataupun masih banyak informasi yang belum diketahui oleh generasi Z walaupun telah mengikuti sekolah tersebut karena penyampaian ilmu agama yang memiliki kesan ketinggalan zaman, sehingga perlu adanya media agar generasi Z dapat menjangkau informasi-informasi tersebut, terutama mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain.

Media yang sering sekali digunakan di era digitalisasi oleh generasi Z adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah media secara daring atau online yang membuat penggunanya dapat berinteraksi dan berkolaborasi sehingga pengguna mendapatkan informasi terbaru. Salah satu dari banyaknya media sosial di era digitalisasi ini adalah instagram. Dengan adanya instagram, pengguna dapat memuat dan memberikan banyak informasi terbaru dalam berbagai hal, salah satunya adalah informasi mengenai ilmu agama Islam. Namun, hal ini tidak diikuti dengan apakah informasi tersebut aktual dan dari sumber yang terpercaya.

Oleh sebab itu, dengan melihat banyaknya generasi Z yang menggunakan media sosial instagram yang memiliki dampak besar dalam ilmu pengetahuan yang aktual sehingga mendorong penulis untuk membahas topik penelitian ini dengan menekan pada: *Edukasi-Kreatif Agama Islam pada Instagram di Tengah Arus Digitalisasi serta Strategi Efektif terhadap Generasi Z Mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur*

KAJIAN TEORITIS

Teori Generasi Z

Pengelompokkan generasi ini didasarkan dari tahun kelahiran mereka yang memiliki rentang pada 2001-2010. Generasi Z tumbuh di antara perkembangan pesat teknologi, lumrahnya dijumpai komputer, ponsel pintar, internet dan juga perangkat gaming personal. Generasi ini banyak menghabiskan waktu menjelajahi internet, dari web hingga media sosial.

Kebiasaan generasi Z dalam menggunakan teknologi tak jarang membuat mereka kecanduan, sehingga banyak dari mereka lebih senang berada di dalam dari pada di luar rumah. Kemunculan Artificial Intelligence (AI) merupakan salah satu sebab dari pemenuhan kebutuhan generasi ini yang kebanyakan diamati menginginkan hasil serba instan dan kemudahan untuk semua kegiatan mereka (Sikumbang et al., 2024)

Generasi Z merupakan generasi peralihan dari milenial yang lahir di era teknologi yang semakin berkembang pesat. Istilah ini populer digunakan dalam presentasi oleh Sparks and Honey, sebuah agensi pemasaran. Generasi ini juga dikenal sebagai *iGeneration*, generasi internet, atau generasi *Net*. Keunikan Generasi Z adalah kemampuan mereka dalam melakukan berbagai aktivitas secara bersamaan (*multitasking*) dan memiliki hubungan erat dengan dunia maya. Sejak kecil, mereka sudah akrab dengan teknologi dan gadget canggih yang secara signifikan memengaruhi kepribadian mereka.

Teori Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses konversi dari analog ke digital dengan menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem pengoprasian otomatis dan sistem terkomputerisasi. Digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital (Lasari et al., 2023). Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung. Digitalisasi adalah proses pengelolaan dokumen tercetak/printed document menjadi dokumen elektronik (Raza et al., 2020).

Teknologi berasal dari bahasa Yunani yaitu Technologia menurut Webster Dictionary berarti systematic treatment atau penanganan sesuatu secara sistematis, sedangkan techne sebagai dasar kata teknologi berarti skill atau keahlian, keterampilan dan ilmu. Menurut Roger dalam Fatah (2008), teknologi adalah suatu rancangan atau desain untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dengan hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hasil yang diinginkan (Azhari, 2022).

Teori Pendidikan Islam

Pendidikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti proses mengubah sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Pendidikan adalah suatu usaha ataupun upaya yang dilakukan oleh manusia untuk mengembangkan serta menumbuhkan kemampuan yang ada dalam dirinya baik dalam hal jasmani maupun rohani yang tepat dalam masyarakat (Bp et al., 2022). Tanpa

pengetahuan, manusia akan kehilangan arah dalam hidupnya. Dengan adanya pendidikan, manusia dapat membuat keputusan-keputusan yang tepat serta mencapai potensi penuh yang ada di dalam dirinya.

Dalam konteks Islam, pendidikan pada dasarnya merupakan suatu usaha manusia untuk mengembangkan potensinya sehingga tujuan adanya manusia sebagai hamba Allah swt. di bumi ini tercapai. Secara istilah, terdapat 3 peristilahan pendidikan dalam bahasa arab yakni *al-tarbiyah, al-ta'dib* dan *al-ta'lim* (Mappasiara, 2018). *Al-tarbiyah* berasal dari kata kerja dalam bahasa arab yakni *rabba* yang memiliki arti mendidik yang sudah digunakan sejak zaman Nabi Muhammad Saw. (Jamin, 2016). Hal ini dapat dibuktikan dalam Al-qur'an yakni:

وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَّبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيٰنِيْ صَغِيْرًاۗ ٢٤

Dan rendahkanlah dirimu terhadap keduanya dengan penuh kasih sayang dan ucapkanlah, "Wahai Tuhanku! Sayangilah keduanya sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku pada waktu kecil". (Q.S. 17 Al-Isra' 24).

Istilah kedua yakni *al-ta'dib* berarti akhlak, etika, moral dan sebagainya. Kata ini berpegangan pada satu akar yang sama dengan kata adab dalam peradaban. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kata al-ta'dib bermaksud usaha manusia untuk berkembang dan berproses yang berkualitas akan menghasilkan peradaban yang maju dan positif pula (Mappasiara, 2018). Istilah ini memang tidak ada di dalam Al-Qur'an tetapi disebutkan dalam hadist. Istilah yang ketiga adalah *al-ta'lim.* Kata ini diartikan oleh para ahli bahasa sebagai pengajaran atau mengajarkan kepadanya ilmu pengetahuan. Secara umum, *al-ta'lim* dapat didefinisikan sebagai proses perpindahan ilmu pengetahuan tanpa batasan dan aturan tertentu (Mappasiara, 2018).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini kami menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode pendekatan kuantitatif yakni metode penelitian yang didapatkan melalui analisis dan pengumpulan data yang berupa statistik dan numerik secara objektif, sedangkan metode kuantitatif merupakan pendekatan yang berfokus pada informasi non numerik yang berfokus pada pemahaman yang mendalam akan suatu fenomena atau peristiwa. Data kualitatif yang kami gunakan di sini kami dapatkan melalui analisis dari beberapa jurnal, buku, juga literatur lain yang membahas dan berkaitan dengan edukasi agama di media digital dan sosial.

Media penelitian kuantitatif yang kami gunakan berupa angket atau kuesioner melalui google form yang akan dikumpulkan dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mendapatkan hasil dan kesimpulan dari penelitian yang kami lakukan. Kuesioner ini akan disebarkan berupa formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan pilihan ganda seputar pendapat para responden mengenai pembelajaran agama melalui media digital dan sosial. Kuesioner ini dibagi menjadi dua babak, babak pertama berisi pertanyaan-pertanyaan umum mengenai pendapat responden mengenai edukasi agama melalui media sosial dan digital, sedangkan babak kedua berisikan pertanyaan mengenai pendapat mengenai pengalaman pribadi responden terhadap edukasi melalui media sosial dan digital, lalu kuesioner ini dibagikan kepada pelajar dan mahasiswa secara acak dari berbagai instansi dan jurusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa generasi saat ini tak dapat dipisahkan dari media sosial dan digital yang memiliki peran penting di berbagai bidang untuk kehidupan sehari-hari, terutama—yang kami bahas saat ini—dalam hal edukasi agama. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial dalam edukasi agama di era ini, terutama di kalangan mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur, kami membuat kuesioner mengenai seberapa besar pengaruh media sosial dan digital pada edukasi agama bagi para generasi Z yang berisi 6 pertanyaan pilihan ganda maupun uraian yang di antaranya:

1. Apakah anda mengetahui adanya konten edukasi-kreatif agama Islam pada Instagram di tengah arus digitalisasi ini
2. Seberapa sering Anda mengakses konten edukasi-kreatif Agama Islam di Instagram?
3. Bagaimanakah pendapat anda mengenai konten edukasi-kreatif di akun @taulebih.id @islamisasi.bersama.oreki dan @islamincomic?
4. Menurut anda apakah konten edukasi-kreatif pada ketiga akun tersebut efektif untuk menyampaikan informasi mengenai keagamaan kepada generasi Z mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur?
5. Berikan alasan mengapa menurut anda konten tersebut sangat, kurang, efektif atau tidak efektif?
6. Apakah Anda mengalami perubahan setelah mendapatkan konten edukasi-kreatif dari akun instagram tersebut?

Bab ini akan membahas mengenai hasil data kuesioner dan pendapat yang telah kami kumpulkan terkait hal tersebut, sehingga dari sebanyak 30 responden, kami memperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 1. Pertanyaan Kuesioner 1

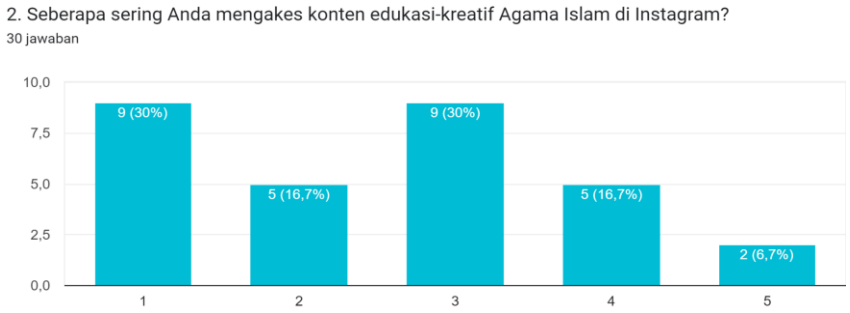
Sumber: Kuisioner Strategi Edukasi-Islam Kreatif di Instagram bagi Mahasiswa Gen Z FAD UPN Veteran Jawa Timur

Meninjau hasil angket yang berjudul “Kuesioner Efektivitas Edukasi-Kreatif Agama Islam pada Instagram di Tengah Arus Digitalisasi terhadap Generasi Z Mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur", pada kuesioner pertama dengan pertanyaan “Apakah anda mengetahui adanya konten edukasi-kreatif agama Islam pada Instagram di tengah arus digitalisasi ini?” terdapat 27 orang (90% responden) yang menjawab "Ya", sedangkan terdapat 3 orang (10% responden) dari mahasiswa menjawab "Tidak". Dapat disimpulkan dari respon pertanyaan ini bahwa konten edukasi-kreatif sudah tidak asing di antara para responden, walau masih belum semua mengetahui adanya konten-konten yang berkaitan.

Hasil ini juga membuktikan bahwa keberadaan konten edukasi-kreatif dapat menjadi salah satu alternatif upaya penyebaran dakwah yang efektif di antara responden yang merupakan remaja muda generasi Z, di mana pendekatan platform yang digunakan (Instagram) merupakan media yang sangat dekat eksistensinya dengan generasi Z. Keberadaan media sosial kini lazim sebagai ruang publik remaja. Bahkan beberapa dari mereka bisa menghabiskan banyak waktu dalam menggunakan media sosial, dari membagikan gambar, berkomentar di postingan teman, hingga sekedar melihat-lihat (Sikumbang et al., 2024)

Setelah responden memberikan jawaban pada pertanyaan pertama, disajikan 5 pertanyaan dengan format 2 pertanyaan esai dan 3 pertanyaan pilihan ganda disajikan. Berikut adalah diagram jawaban dari pertanyaan pertama:

Gambar 2. Pertanyaan Kuesioner 2



Sumber: Kuisioner Strategi Edukasi-Islam Kreatif di Instagram bagi Mahasiswa Gen Z FAD UPN Veteran Jawa Timur

Responden disajikan dengan pertanyaan "Seberapa sering Anda mengakses konten edukasi-kreatif Agama Islam di Instagram?" dengan tingkat keseringan paling rendah adalah nomor 1 dan nomor 5 dengan tingkat keseringan paling tinggi. Pertanyaan ini ditujukan agar peneliti dapat mengetahui tingkat frekuensi akses pengguna, minat, dan keterlibatan responden terhadap konten edukasi-kreatif agama Islam di instagram.

Sebanyak 9 orang (30% responden) sangat jarang mengakses, 5 orang (16.7% responden) jarang mengakses, 9 orang (30% responden) cukup sering mengakses, 5 orang (16.7% responden) sering mengakses, dan 2 orang (6.7% responden) mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur sangat sering mengakses konten edukasi-kreatif agama Islam di instagram. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari angket relatif seimbang antara mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur yang zfaktor yang dapat diperkirakan dari hal ini, salah satunya adalah ketidaktertarikan terhadap konten edukasi-kreatif berbasis agama yang dikenal membosankan, sehingga mereka lebih memilih untuk berselancar pada hal-hal lain yang lebih menyenangkan di Instagram.

Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner 3

Pertanyaan	Jawaban

Bagaimanakah pendapat anda mengenai konten edukasi-kreatif di akun @taulebih.id @islamisasi.bersama.oreki dan @islamincomic?	Memberikan edukasi yang bermanfaat bagi orang2 yang melihat konten tsb
	Bagus sih, hanya seharusnya mendapat sumber dari referensi kitab ulama salah, bukan dari buku2 sekarang.
	Informasi yang disampaikan menarik dan sangat informatif
	Kontennya lebih menarik dan mudah dipahami bagi kaum Z
	Menarik dan mudah dipahami
	Menarik bagi kaum Z dan tidak membosankan
	Interaktif, menarik, dan informatif
	cukup kreatif
	Sebenernya menarik tapi kurang tertarik
	Menarik generasi Z dengan konten yang seru dan informatif. Selain itu, media penyampaian yang menarik juga menjual konten edukasi tersebut/
	Sebenernya menarik tapi kurang tertarik
	Menurut saya bagus, karena akun tersebut menggunakan karakter-karakter kekinian seperti karakter anime yang bisa lebih menarik perhatian para pengguna sosial media
	Bagus tapi jarang lewat beranda
	Kontennya sangat bagus dan informatif dengan pengemasan yang menarik

	Animasinya menarik dan pembawaannya santai namun edukatif
	Sangat suka dengan gaya pemberian informasi nya sangat mudah dipahami bagi anak muda
	Menarik, pembahasannya ringan, dan sangat informatif
	Menarik
	Suka karena pembahasannya ringan dan mudah dipahami, membacanya tidak perlu waktu lama seperti mendengarkan ceramah atau membaca buku dan artikel karena pembahasannya langsung pada intinya
	Sangat bagus dan menarik perhatian anak muda dengan informasi yang bermanfaat
	Keren, mengedukasi dengan visual yg lebih diminati Z
	Sangat informatif
	Ehh bagus
	sangat memberi informasi dan reminder sebagai umat
	Dari yang terlihat, konten cukup relevan dan menarik Karena adanya penggunaan ilustrasi
	Menarik anak muda dengan desain dan kontennya yang lucu
	bagus, mungkin perlu diberi sumber dari konten diambil dari mana sehingga informasi tidak

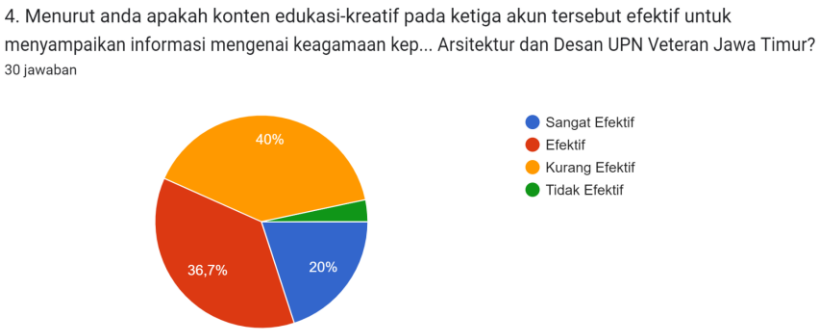
	diambil secara asal-asalan
	infonya menarik sih
	bagus, penyampaiannya tidak terkesan kolot
	lucu deh wkwkkw

Sumber: Kuisioner Strategi Edukasi-Islam Kreatif di Instagram bagi Mahasiswa Gen Z FAD UPN Veteran Jawa Timur

Pada pertanyaan selanjutnya, responden disajikan dengan pertanyaan format esai mengenai pendapat dari beberapa content creator yang ada pada instagram mengenai konten mereka. Berdasarkan dari jawaban yang diberikan oleh responden dapat dinyatakan bahwa beberapa mahasiswa merasa konten tersebut menarik dan informatif sebab mereka dapat dengan mudah memahami dan tidak membosankan, walaupun responden juga menyoroti masih kurang dicantumkannya sumber referensi yang jelas untuk konten yang disajikan. Dengan adanya sumber referensi, responden akan merasa lebih nyaman dan meningkatkan rasa kepercayaan pada content creator tersebut.

Selain itu, terdapat beberapa responden yang juga menyatakan bahwa penggunaan ilustrasi yang membuat tertarik serta memberikan informasi dengan waktu yang singkat, langsung pada intinya, tanpa harus bertele-tele dan tidak terkesan kolot. Penggunaan bahasa yang yang ringan dan tidak kaku juga dinyatakan oleh responden sehingga membuat responden merasa lebih terhubung dan memahami apa yang dimaksud dalam konten tersebut. Konten yang diunggah menggunakan media instagram, membuatnya dapat interaktif karena adanya komunikasi dua arah sehingga memberikan pengalaman yang lebih pada responden untuk terlibat lebih dalam proses pembelajaran.

Gambar 3. Pertanyaan Kuesioner 4



Sumber: Kuisioner Strategi Edukasi-Islam Kreatif di Instagram bagi Mahasiswa Gen Z FAD UPN Veteran Jawa Timur

Berdasarkan pertanyaan yang penulis ajukan, 40% dari responden menjawab konten edukasi-kreatif yang disajikan kurang efektif dan 60% sisanya menjawab dengan tidak efektif, sangat efektif, dan efektif. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas dari responden menjawab konten tersebut kurang efektif walaupun mereka merasa tertarik dan memberikan edukasi yang bermanfaat. Namun tak bisa dipungkiri juga terdapat 36.7% responden yang merasa konten tersebut efektif.

Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner 5

Pertanyaan	Jawaban
Berikan alasan mengapa menurut anda konten tersebut sangat, kurang, efektif atau tidak efektif?	Sangat efektif karena memberikan pengajaran mengenai kehidupan sehari-hari yg kebanyakan org alami
	Hanya terakses bagi mereka yg tertarik saja
	Konten tersebut menggunakan metode yang dapat menarik generasi muda, sehingga generasi muda lebih mudah menerima informasi.
	Karena generasi Z lebih tertarik mencari hal-hal yang mereka senangi daripada konten edukasi agama

	Kurangnya minat atas konten edukasi agama pada generasi Z
	Konten seperti itu jarang masuk atau lewat beranda kaum Z saat ini
	Sebenarnya konten spt itu sangat efektif untuk kalangan anak muda, namun akun akun tersebut kalah dengan trend yang sedang marak di kalangan Z
	karena menarik untuk dilihat
	Karena minat anak muda berpacu pada trend yang sedang naik daun
	Karena algoritma di instagram yang tidak menentu sehingga sering kali konten2 tersebut tidak masuk ke timeline kita
	Karena minat anak muda berpacu pada trend yang naik daun
	Efektif karena cara penyajian gambar dan pesan nya sangat menarik
	Kurangnya interaksi pada konten tersebut terutama kaum Z
	Karena cara penyajiannya yang mengikuti zaman dan tidak membosankan
	Karena pembahasannya ringan dan mudah dipahami oleh kalangan anak muda dan pembawaannya menarik dan tidak membosankan
	Karena konten konten seperti itu cukup jarang muncul di beranda Instagram saya

	Intensitas konten seperti itu masih kalah dengan intensitas berbau trend dan lifestyle yang sedang marak
	Menarik namun kurang penggemar
	Karena konten seperti ini cocok bagi anak muda yang sibuk dan sedikit memiliki waktu luang untuk mengikuti kajian atau membaca buku atau artikel keagamaan
	Akan menjadi efektif jika konten seperti ini lbh sering diakses oleh anak muda dari pada konten konten tentang trend yg sdg hype
	Akun tersebut menyajikan konten visual yg baik, cocok untuk mahasiswa FAD yang notabenenya berkecimpung di dunia desain
	Efektif karena berisi informasi edukasi tentang agama islam yang bisa saja tidak diketahui oleh orang.
	Karena mereka menggunakan pendekatan yang mudah diterima masyarakat
	Sangat karena materi yg disampaikan diringkas menarik dan media yg ditampilkan beda dari yg lain
	Efektif Karena dirasa cocok untuk kalangan umur para mahasiswa
	menurut saya efektif karena dapat relate ke generasi millenial gitu
	menurut saya cukup efektif karena mudah diakses

	oleh generasi millenial
	karena kita bisa interaksi di dalam kolom komentar dan tidak satu arah selain itu bisa mudah dipahami dan lebih gaul mungkin
	karena konten menarik sehingga dapat mencuri perhatian generasi ini daripada media yang seperti di tv mungkin agak terkesan kolot
	bagus aja sih, lebih modern dan bikin tertarik anak muda yang liat

Sumber: Kuisioner Strategi Edukasi-Islam Kreatif di Instagram bagi Mahasiswa Gen Z FAD UPN Veteran Jawa Timur

Responden diberikan pertanyaan susulan dengan menanyakan alasan dari konten tersebut sangat, kurang, efektif, atau tidak efektif. Beberapa responden menjawab kurang efektif karena konten-konten tersebut tidak melewati beranda dari instagram mereka sebab algoritma dari instagram dan lebih terakses bagi mereka yang merasa tertarik saja. Sehingga konten tersebut perlu dicari terlebih dahulu agar dapat ditemukan walaupun konten-konten tersebut dirasa sangat menarik karena cara penyajian ilustrasi yang menarik dan mengikuti zaman serta dapat mencuri perhatian generasi Z mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur. Selain itu, konten-konten tersebut dirasa tertutupi dengan konten lain yang sedang trending dan lebih menarik para generasi Z.

Sehingga dapat disimpulkan jika konten-konten edukasi-kreatif di instagram sebenernya memiliki potensi efektivitas yang tinggi untuk menarik dan mengedukasi generasi Z. Namun, hal ini perlu dibarengi dengan kebiasaan dari pengguna untuk mengakses konten tersebut agar algoritma dari instagram dapat memasuki beranda mereka.

Gambar 5. Pertanyaan Kuesioner 6

Sumber: Kuisioner Strategi Edukasi-Islam Kreatif di Instagram bagi Mahasiswa Gen Z FAD UPN Veteran Jawa Timur

Pada pertanyaan terakhir yang ditujukan pada responden yakni "Apakah Anda mengalami perubahan setelah mendapatkan konten edukasi-kreatif dari akun instagram tersebut?" menunjukkan bahwa 70% dari responden merasa mengalami perubahan setelah mendapatkan konten tersebut. Perubahan tersebut mencakup pemahaman tentang agama Islam sesuai dengan ajaran-ajaran yang diperintahkan oleh Allah swt.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah kami lakukan pada beberapa mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain (FAD) UPN Veteran Jawa Timur, didapatkan hasil bahwa hampir seluruh responden mengetahui adanya konten edukasi-kreatif agama Islam, Namun hasil yang seimbang pada pertanyaan seberapa sering mengakses konten tersebut dengan kurang dari separuh responden menjawab opsi sangat jarang dan opsi cukup sering mengakses konten edukasi-kreatif Islam. Sekitar hampir dari separuh responden menjawab konten tersebut kurang efektif menarik hanya saja responden jarang mengakses dan mendapatkan konten tersebut di beranda instagram mereka. Meskipun demikian, lebih dari separuh responden merasa mengalami perubahan setelah mendapatkan konten tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa konten edukasi-kreatif pada instagram di tengah arus digitalisasi ini mayoritas kurang efektif untuk mengedukasi agama Islam pada generasi Z mahasiswa Fakultas Arsitektur dan Desain (FAD) UPN Veteran Jawa Timur, walaupun sebagian besar responden merasa konten tersebut menarik, informatif, dan memberikan perubahan. Kurang dicantumkannya sumber referensi yang jelas pada konten-konten yang ada

menjadi salah satu kekurangan yang disoroti oleh responden. Selain itu, konten edukasi-kreatif agama Islam di instagram terkalah saingi dengan konten-konten trending pada saat ini yang lebih diminati oleh generasi Z.

Sebagai saran kepada pembuat konten edukasi-kreatif agama Islam setelah adanya penelitian ini, penulis mengamati bahwa perlu adanya pencantuman sumber yang kredibel agar mendapatkan kepercayaan dari para pembaca. Tidak hanya itu, para pembuat konten juga dapat membuat konten yang berhubungan dengan konten yang sedang trend saat itu sehingga dapat menarik banyak generasi Z untuk mengedukasi agama Islam. Hal ini dapat dibarengi dengan meningkatkan interaksi dua arah sehingga para pembaca juga mendapatkan lebih banyak ilmu dan informasi sehingga dapat membuat konten edukasi-kreatif ini dapat menjadi lebih efektif di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

Azhari, S. R. (2022). IMPLEMENTASI DIGITALISASI DALAM DISTRIBUSI PENYALURAN KERANG HIJAU UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN NELAYAN (Kalibaru RW 01, Cilincing). http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8547

Bp, A. R., Munandar, S. A., Fitriani, A., & Karlina, Y. (2022). PENGERTIAN PENDIDIKAN, ILMU PENDIDIKAN DAN UNSUR-UNSUR PENDIDIKAN. 2. https://journal.unismuh.ac.id/index.php/alurwatul

Jamin, A. (2016). PENDIDIKAN ISLAM SEBAGAI SEBUAH SISTEM (Transformasi Input Menuju Output Yang Berkarakter). Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, 15(2). https://doi.org/10.32939/islamika.v15i2.47

Lasari, T., Kristiawati, E., & Afif, A. (2023). ANALISIS KESIAPAN PENERAPAN DIGITALISASI AKUNTANSI USAHA MIKRO KECIL SEKTOR PARIWISATA DI KABUPATEN MEMPAWAH. Jurnal Akuntansi, 3(1).

Mappasiara, M. (2018). PENDIDIKAN ISLAM (Pengertian, Ruang Lingkup dan Epistemologinya). Inspiratif Pendidikan, 7(1), 147. https://doi.org/10.24252/ip.v7i1.4940

Raza, E., Sabaruddin, L. O., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. Jurnal Logistik Indonesia, 4(1), 49–63. https://doi.org/10.31334/logistik.v4i1.873

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. Journal on Education, 6(2), 11029–11037. https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888