

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USE ON THE EFFECTIVENESS OF DA'WAH (STUDY ON UPN "VETERAN" JAWA TIMUR STUDENTS)

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH (STUDI PADA MAHASISWA UPN "VETERAN" JAWA TIMUR)

Fadilla U. Putri^{1*} Sabrina S. Nabila^{2*} Muhammad S. Kurniawan^{3*} Ubaidillah^{4*}

¹⁻⁴UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

E-mail: 21032010070@student.upnjatim.ac.id

Abstract

Social media has the potential to change people's lifestyles and mindsets, especially the younger generation. Information from these platforms can be the basis for engaging the public in da'wah activities, where communication plays a crucial role in creating a pervasive effect on many people. This study aims to investigate the impact of social media use on the effectiveness of da'wah, particularly among students of the National Development University "Veteran" of East Java. The research method used is quantitative by using Purposive Sampling technique for decision making with 100 respondents. The results showed an R square value of 56.9%, while the remaining 43.1% was affected by other variables. The Anova (F) test results also obtained F count of 129.261 with a significance level of 0.000. Because Sig. 0.000 < 0.05, so H₀ is rejected and H₁ is accepted, then the basis for decision making in the F test can be concluded that student opinions in the use of social media affect the effectiveness of da'wah.

Keywords: Da'wah, Purposive Sampling, Social Media

Abstrak

Media sosial berpotensi mengubah gaya hidup dan pola pikir masyarakat, terutama generasi muda. Informasi dari platform ini dapat jadi dasar untuk melibatkan masyarakat dalam kegiatan dakwah, di mana komunikasi memainkan peran krusial dalam menciptakan efek yang merambah pada banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan menggunakan teknik Purposive Sampling untuk pengambilan keputusan dengan responden sejumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan nilai R square sebesar 56,9%, sebaliknya 43,1% sisanya terpengaruh variabel lain. Hasil uji Anova (F) juga diperoleh F hitung sebesar 129,261 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena Sig. 0,000 < 0,05, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, maka dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa pendapat mahasiswa dalam penggunaan media sosial berpengaruh terhadap efektivitas dakwah.

Kata Kunci: Dakwah, Media Sosial, Purposive Sampling

Pendahuluan

Seiring berkembangnya ilmu teknologi, banyak aktivitas manusia berubah. Teknologi mempengaruhi kehidupan masyarakat sehari-hari, contohnya membuat pekerjaan menjadi mudah, komunikasi semakin cepat dan lain sebagainya. Pada penggunaan ilmu komunikasi yang terbantu dengan fasilitas teknologi ini, membuat masyarakat semakin mudah untuk menyampaikan suatu informasi. Seperti contoh sarana untuk menyampaikan atau menerima informasi melalui media sosial. Menurut (Zakky, 2020) Media sosial merupakan sebuah wadah di mana pengguna dapat berbagi konten dan mengirimkan pesan. Dengan sarana ini tentunya dapat memberikan hal-hal positif yang ingin disampaikan oleh semua kalangan. Pada ilmu keagamaan biasanya ingin memberikan ilmu pengetahuan tentang aqidah, syariat dan akhlak islam dengan kegiatan dakwah. Dakwah adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengajak dan mengimbau orang-orang, di mana pun mereka berada, agar beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai dengan aqidah, syariat, dan akhlak Islam (dakwah untuk semua). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan dukungan internet, metode dakwah mengalami perubahan. Kegiatan ini dapat disampaikan dengan cepat melalui media situs web (Hidayat & Anggoro, 2023).

Penggunaan media komunikasi digital atau media sosial sebagai sarana dakwah menawarkan peluang dan tantangan dalam memperluas jangkauan pesan ajakan. Hal ini menyoroti pentingnya kesadaran akan keahlian ajakan dan pemanfaatan alat komunikasi digital untuk mendukung dakwah Islamiyah (Zulaecha et al., 2023). Meskipun media sosial dianggap efektif sebagai platform berdakwah, penting untuk tetap memperhatikan etika dan norma-norma agar dakwah tersebut bermanfaat dan tidak menimbulkan masalah. Sebelumnya, dakwah sering dilakukan secara langsung melalui acara tabligh akbar, sholat Jum'at, dan pengajian (Arini & Sudradjat, 2023). Namun, dengan adanya media sosial, dakwah dapat disebar dengan lebih luas dan mudah kepada orang lain. Awalnya hanya sebagai alat untuk menghubungkan orang-orang yang berjauhan, kini media sosial telah menjadi bagian gaya hidup masyarakat, mempengaruhi pergeseran budaya, etika, dan norma (Adiasti, 2021). Penelitian ditujukan untuk mengamati dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah pada mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. Meskipun telah ada penelitian yang menggarisbawahi potensi positif media sosial dalam konteks dakwah, masih ada kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai bagaimana penggunaan media

sosial secara spesifik mempengaruhi efektivitas dakwah di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini akan membawa kontribusi yang signifikan dalam pemahaman kita tentang peran media sosial dalam konteks dakwah di kalangan mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Melalui survei dan analisis statistik, kami berharap dapat mengidentifikasi pola penggunaan media sosial dan persepsi mahasiswa terhadap efektivitas dakwah di platform tersebut. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi dakwah, pengelola media sosial, serta pihak-pihak terkait lainnya dalam mengoptimalkan upaya dakwah di era digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh keakuratan data mengenai suatu fenomena. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dengan jumlah 100 orang. Adapun teknik yang digunakan adalah purposive sampling. Menurut (Lenaini I, 2021) purposive sampling adalah metode pengambilan sampel non-acak di mana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat memberikan jawaban yang relevan terhadap masalah penelitian.

Sampel pada penelitian ini adalah seorang individu yang memenuhi kriteria berjenis kelamin perempuan dan laki-laki dengan rentang usia 20-25 tahun. Teknik pengumpulan data dilakukan secara primer melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form yang dibagikan melalui media sosial. Untuk metode sekunder dilakukan dengan mengumpulkan data dari referensi penelitian terdahulu, jurnal-jurnal, buku, dan informasi yang diperoleh melalui internet.

Hasil dan Pembahasan

- Hasil Uji Validitas

Tabel 4.1 Correlations

		Correlations										
		Question_1	Question_2	Question_3	Question_4	Question_5	Question_6	Question_7	Question_8	Question_9	Question_10	Total
Question_1	Pearson Correlation	1	.766**	.568**	.655**	.572**	.508**	.466**	.464**	.595**	.511**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_2	Pearson Correlation	.766**	1	.580**	.634**	.646**	.581**	.485**	.489**	.570**	.605**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_3	Pearson Correlation	.568**	.580**	1	.545**	.556**	.547**	.513**	.483**	.593**	.442**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_4	Pearson Correlation	.655**	.634**	.545**	1	.633**	.514**	.462**	.508**	.540**	.590**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_5	Pearson Correlation	.572**	.646**	.556**	.633**	1	.610**	.470**	.533**	.483**	.526**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_6	Pearson Correlation	.508**	.581**	.547**	.514**	.610**	1	.690**	.636**	.619**	.566**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_7	Pearson Correlation	.466**	.485**	.513**	.462**	.470**	.690**	1	.619**	.735**	.522**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_8	Pearson Correlation	.464**	.489**	.483**	.508**	.533**	.636**	.619**	1	.610**	.581**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_9	Pearson Correlation	.595**	.570**	.593**	.540**	.483**	.619**	.735**	.610**	1	.623**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Question_10	Pearson Correlation	.511**	.605**	.442**	.590**	.526**	.566**	.522**	.581**	.623**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.779**	.810**	.744**	.780**	.771**	.805**	.767**	.761**	.818**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hipotesis

H0 = variabel yang diuji tidak valid.

H1 = variabel yang diuji valid.

Analisis:

Berdasarkan hasil output di atas menyatakan bahwa untuk semua variabel memiliki nilai pearson correlation yang merupakan nilai r hitung dari setiap variabel. Sehingga semua variabel Question dalam uji validitas dapat dikatakan valid dikarenakan r hitung > r tabel, dengan r tabel sebesar 0,1966. Serta nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diketahui bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga semua variabel yang diuji dikatakan valid.

- Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Reliability Statistic

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.780	11

Analisis:

Berdasarkan analisis menggunakan *Cronbach's Alpha* didapatkan koefisien reliabilitas sebesar 0,780, maka menunjukkan variabel yang diuji dalam penelitian sudah reliabel atau dapat dipercaya karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 yaitu $0,780 > 0,6$.

- Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2.36103250
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.072
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.862
Asymp. Sig. (2-tailed)		.447

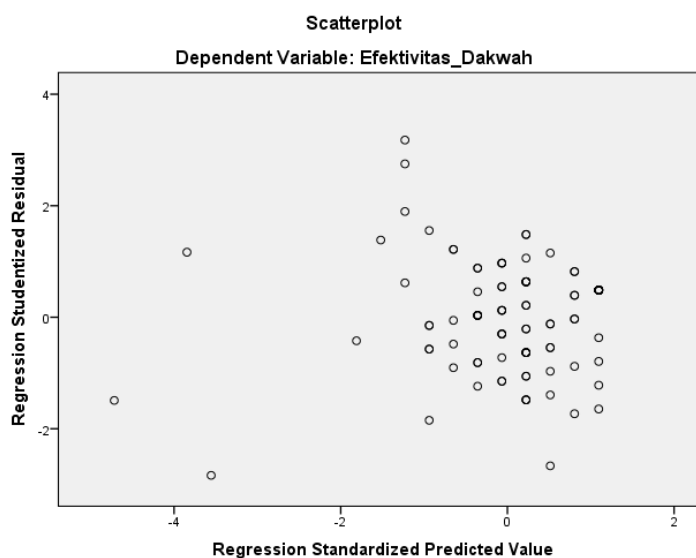
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Analisis:

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,447. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa data yang dikumpulkan berdistribusi normal.

- Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Analisis:

Berdasarkan hasil uji di atas menunjukkan bahwa data yang disimbolkan sebagai titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

- Hasil Uji Analisis Korelasi

Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Korelasi

Correlations			
		Pendapat_Ma hasiswa	Efektivitas_Da kwah
Pendapat_Mahasiswa	Pearson Correlation	1	.754**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Efektivitas_Dakwah	Pearson Correlation	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hipotesis:

H0 = tidak terdapat hubungan atau tidak ada korelasi antara pendapat mahasiswa dan efektivitas dakwah.

H1 = terdapat hubungan atau ada korelasi antara pendapat mahasiswa dan efektivitas dakwah.

Analisis:

N dapat diartikan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hubungan korelasi ditunjukkan oleh angka 0,754 yang artinya besar korelasi yang terjadi antara variabel pendapat mahasiswa dan efektivitas dakwah adalah kuat yaitu sebesar 0,754. Sig (2-tailed) adalah 0,000 maka nilai signifikansi < probabilitas kesalahan atau hasil signifikansi menunjukkan kurang dari 0,05. Sehingga dapat diketahui bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, jadi ada hubungan atau terdapat korelasi antara pendapat mahasiswa dan efektivitas dakwah.

- Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.5 Hasil Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	727.917	1	727.917	129.261	.000 ^b
	Residual	551.873	98	5.631		
	Total	1279.790	99			

a. Dependent Variable: Efektivitas_Dakwah

b. Predictors: (Constant), Pendapat_Mahasiswa

Hipotesis:

H₀ = pendapat mahasiswa tidak berpengaruh terhadap efektivitas dakwah.

H₁ = pendapat mahasiswa berpengaruh terhadap efektivitas dakwah.

Analisis:

Berdasarkan hasil uji Anova atau F Test di atas, diperoleh F hitung sebesar 129,261 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena Sig. 0,000 < 0,05, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, maka dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa pendapat mahasiswa berpengaruh terhadap efektivitas dakwah.

Tabel 4.6 Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.569	.564	2.373

a. Predictors: (Constant), Pendapat_Mahasiswa

b. Dependent Variable: Efektivitas_Dakwah

Analisis:

Hasil uji Model Summary menghasilkan nilai R. Nilai R ini menunjukkan seberapa besar variabel mempengaruhi variabel lainnya. Angka R square pada tabel 4.6 adalah 0,569 yang merupakan pengkuadratan dari koefisien korelasi ($0,754 \times 0,754 = 0,569$). R square bisa disebut koefisien determinasi (R²) dimana hal itu berarti 56,9% dari efektivitas dakwah bisa dijelaskan oleh pendapat mahasiswa. Sementara sisanya ($100\% - 56,9\% = 43,1\%$) dijelaskan oleh sebab dan faktor yang lain. R square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R square maka semakin lemah hubungan kedua variabel. Dari data diatas yaitu mendekati angka 1 yang berarti hubungan kedua variabel kuat.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara pendapat mahasiswa mengenai penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah karena hasil uji korelasi menunjukkan nilai pearson correlation sebesar 0,754. Kemudian hasil uji Anova menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat mahasiswa berpengaruh terhadap efektivitas dakwah. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sangat jelas jika penggunaan media sosial sangat berpengaruh terhadap efektivitas dakwah. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai saran untuk para pendakwah atau dai untuk dapat memanfaatkan adanya media sosial sebagai sarana menyebarkan dakwah. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Terlebih lagi zaman sekarang banyak anak muda yang sangat aktif dalam menggunakan media sosial. Hal ini dapat membantu agar dakwah dapat menyebar lebih luas. Selain itu pengenalan media sosial untuk pendakwah atau dai juga sangat penting. Pelatihan dan pendidikan bagi para pendakwah atau dai tentang penggunaan media sosial secara efektif. Hal ini dapat membantu mereka memanfaatkan berbagai fitur dan strategi yang ada di media sosial untuk menyampaikan pesan dakwah dengan lebih efektif. Untuk Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat mengeksplorasi hubungan antara variabel lain yang dapat memengaruhi efektivitas dakwah, seperti konten dakwah yang disampaikan dan karakteristik audien.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penulisan jurnal ini. Penghargaan khusus kami sampaikan kepada dosen mata kuliah agama bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penulisan jurnal.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman serta responden yang sudah menyempatkan waktunya mengisi kuesioner, serta kepada pihak-pihak yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan dalam proses pembuatan jurnal ini. Tanpa dukungan dan bantuan dari semua pihak, jurnal ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga hasil dari jurnal ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi peneliti lainnya.

Referensi

- Adiasti, N. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Online. *Jurnal Pendidikan Dasar Borneo (Judikdas Borneo)*, 02(02).
- Agusman. (2023). Reaching the Millennial Generation Through Da' Wah on Social Media. *Jurnal Da'wah : Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 6(2), 129–144.
- Arini, T. P., & Sudradjat, R. H. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 239–249. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5849>.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. W. (2020). Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas dan Pengaruhnya Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 133–142. <https://doi.org/10.46306/rev.v1i1.13>.
- Hidayat, A., & Anggoro, D. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Optimalisasi Dakwah Persyarikatan Muhammadiyah Cabang Sekampung Lampung Timur. *Jurnal Sinar Sang Surya*, 7(1), 117–124.
- Husna, Z. Z., & Muhid, A. (2021). Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram. *Ath-Thariq*, 05(02), 197–208.
- Nurfitria, S., & Arzam, A. (2022). Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media. *An-Nida'*, 46(1), 88. <https://doi.org/10.24014/an-nida.v46i1.19245>.
- Rahman, T. (2020). Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Millennial Melalui Media Sosial. *Jurnal AT-TADABUR : Jurnal Sosial Keagamaan*, Vol. 10(2), 67–85.
- Syaifuddin, & Muhid, A. (2021). Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 17. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v20i1.4835>.
- Ummah, N. H. (2022). Pemanfaatan Sosial Media dalam meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10, 151–169.
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 339–356.
- Wilinny, W., Halim, C., Sutarno, S., Nugroho, N., & Hutabarat, F. A. M. (2019). Analisis Komunikasi Di PT. Asuransi Buana Independent Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1), 1–6.
- Yanti, S. M. (2022). Dakwah Media Sosial dalam Literasi Pesantren. *AN-NASHIHA: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 1(2), 62–68. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v1i2.338>.
- Zakky. (2020). Pengertian Media Sosial | Definisi, Ciri-Ciri, Fungsi, Jenis-Jenis, Contoh. Zona Referensi. <https://www.zonareferensi.com/pengertian-media-sosial/>.
- Zulaecha, N. N., Pertiwi, B. N. O., & Nashihin, H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Dakwah Digital Dalam Penyiaran Agama Kalangan Kaum Milenial di Instagram (Ustadz Hanan Attaki). *Attractive : Innovative Education Journal*, 5(2), 534–547.