

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah

(Studi kasus Akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad)

Afif Abdul Rosid

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta

(Email: afifrosid8@gmail.com)

Ade Yuliar, S.E., M.M

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta

(Email: adeyuliar2107@gmail.com)

Abstract

The development of increasingly sophisticated communication technology provides a challenge to a preacher in peraching in this modern era. Preachers are required to be more creative in the use of communication technologies such as social media. This study is entitled The Effect of Social Media on the Effectiveness of Da'wah. This study aims to determine how much influence social media has on the effectiveness of da'wah. This type of research is inferential quantitative research and the instruments used are questionnaires. Using the theory of the effect of mass communication. Data analysis techniques using a simple regression test. Data validity is obtained through validity and reliability. Based on the results of simple regression tests that have been carried out in this study, the value of $r = 0.692$ is obtained and has a coefficient of determination of 47.9%. Which shows that there is a positive and very strong relationship between the influence of the use of social media on the effectiveness of preaching by 47.9%.

Keywords: *social media, instagram, effectiveness, da'wah*

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih memberikan tantangan kepadaseorang da'i dalam berdakwah di era modern ini. Da'ituntut untuk lebih kreatif dalam penggunaan teknologi komunikasi seperti media sosial. Penelitian ini berjudul Pengaruh Media Sosial Terhadap Efektifitas Dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap efektifitas dakwah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif inferensial dan instrumen yang digunakan berupa kuesioner. Menggunakan teori efek komunikasi massa. Teknik analisis data menggunakan uji regresi sederhana. Keabsahan data diperoleh melalui validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil uji regresi sederhana yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh nilai $r = 0,692$ dan memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 47,9%. Yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan sangat kuat antara pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah sebesar 47,9%.

Kata kunci: *media sosial, instagram, efektifitas, da'wah.*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Teknologi komunikasi di era saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kebutuhan manusia terhadap informasi mempengaruhi teknologi komunikasi terus berkembang. Masyarakat di era modern kinimembutuhkan alat komunikasi guna untuk mendapatkan dan membagikan informasi yang didapatnya secara cepat dan mudah. Teknologi yang semakin canggih kini mempermudah masyarakat dalam proses komunikasi.

Di Indonesia, hampir seluruh masyarakat dari kalangan bawah hingga atas ikut menggunakan teknologi khususnya yang berbasis internet. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) yang tertulis dalam websitenya mengungkapkan bahwa: *“pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menunakan internet untuk mengakses jejaring sosial”*.¹ Hal ini membuktikan bahwa masyarakat indonesia lebih aktif menunakan jejarin sosial dalam hal penggunaan internet.

Menurut Kemendag, pengertian media sosial adalah sebagai berikut: *“secara garis besar media sosial bisa dikatakan sebagai sebuah media online, di mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih.”*²

Sedangkan Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, mendefinisikan media sosial sebagai *“sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun Web 2.0 ideologi dan teknologi, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”*.³

Instagram menjadi salah satu contoh dari media sosial. Menurut Miliza Ghazali berpendapat bahwa instagram adalah *“sebuah aplikasi sosial yang*

¹Kominfo, “Pengguna Internet di Indonesia 63 juta orang,” 9 Desember 2019, <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo%3A%20Internet%20di%20Indonesia%2063%20Juta%20Orang/0/berita%20sater>.

²Kemendag, “Buku Media Sosial Kementerian Perdagangan,” 15 Januari 2015, www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/01/15/buku-media-sosial-kementerian-perdagangan-id0-1421300830.pdf.

³Mhd. Latip Kahpi, “Peran Media Sosial Dalam Membangun Kerukunan Umat Beragama,” *HIKMAH*, 2, 13 (Desember 2019): 225.

populer dalam kalangan telefon pintar nama Instagram diambil dari kata “insta” yang asalnya “instan” dan “gram” dari kata “telegram”⁴. Dalam kata lain instagram merupakan alat untuk mengirimkan informasi-informasi berupa foto dan video.

Dengan kreatifitas dan inovasi, media sosial tidak digunakan sekedar mencari informasi saja namun juga dapat dijaikan sebagai sarana dalam menyampaikan ajaran agama kepada para pemeluknya. Misalnya dengan membuat sebuah video dakwah lalu mengunggah di instagram.

Dakwah adalah “mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat”⁵. Seorang muslim berkewajiban untuk menyampaikan pesan dakwah kepada manusia yang mana sesuai dengan hadist dari Abdullah bin Amr, bahwa Nabi bersabda,

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari)⁶

Saat ini media sosial sudah menjadi salah satu media dalam penyebaran ajaran agama Islam. Berbagai video dakwah berisikan pesan ajaran agama Islam tersebar di media sosial seperti Instagram. Video dakwah tersebut berisikan ajaran-ajaran agama Islam yang disampaikan oleh ustad-ustad ternama.

Salah satu akun instagram yang melakukan dakwah melalui media sosial instagram adalah pemilik akun @kajian.ustadz.abdulsomad. Akun tersebut banyak berisikan kumpulan kajian-kajian ustad Abdul Somad. Akun ini memiliki 124.000 *followers*, serta terdapat 249 postingan terhitung hingga tanggal 09 Desember 2019.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah pada akun instagram @kajian.ustadz.abdulsomad.

⁴Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram* (Malaysia: Publishing House, 2016).

⁵Toha Yahya Oamr, *Islam dan Dakwah* (Jakarta: PT. Al Mawardi Prima, 2004).

⁶Muslim, “Sampaikan dari Ku walau satu ayat,” 9 Desember 2019, <https://muslim.or.id/6409-sampaikan-ilmu-dariku-walau-satu-ayat.html>.

B. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian survei. Penelitian survei merupakan kegiatan penelitian yang mengumpulkan data pada saat tertentu dengan tiga tujuan penting yaitu mendeskripsikan keadaan alami yang hidup pada saat itu, mengidentifikasi secara terukur keadaan sekarang untuk dibandingkan dan menentukan hubungan sesuatu yang hidup di antara kejadian spesifik. Model penelitian ini merupakan model paling baik guna mengumpulkan data asli untuk mendeskripsikan keadaan populasi. Subyek dan tempat penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Surakarta. Waktu penelitian dilakukan pada bulan November 2019.

2. Populasi

Penelitian ini merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini yang diambil adalah 57 mahasiswa IAIN Surakarta. Yang mana mahasiswa IAIN tersebut menjadi pengikut (*followers*) akun instagram @kajian.ustad.abdulsomad

3. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data menggunakan metode metode kuesioner. Kisi-kisi yang digunakan sebagai dasar pembuatan instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

tabel 1. Kisi-kisi instrumen penelitian

no	Variabel penelitian	indikator	No item (positif)	No item (negatif)
1.	Pengaruh penggunaan media sosial (variabel x)	Efek kognitif	1,2	3,6
		Efek afektif	4,15	7,11
		Efek behavior	5, 8, 9, 12	10, 13, 14, 16
2.	Efektivitas dakwah (variabel y)	pengertian	17, 18	20, 21
		kesenangan	19, 22	25, 29
		Mempengaruhi sikap	23, 26	34, 35
		Hubungan sosial yang baik	27, 31	28, 32

		Tindakan	30, 36	24, 33
--	--	----------	--------	--------

4. Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas instrumen penggunaan media sosial terdapat 2 butir soal yang gugur, sedangkan instrumen efektivitas dakwah ada 4 butir soal yang gugur. Uji Reliabilitas instrumen untuk variabel penggunaan media sosial adalah 0,757, variabel efektivitas dakwah sebesar 0,798. Besarnya nilai reliabilitas lebih besar dari alpha minimum yaitu ($\alpha = 0,70$), maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penggunaan media sosial dan efektivitas dakwah tersebut reliabel.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Data Responden

Penelitian ini dilakukan di IAIN Surakarta. Subyek penelitian adalah mahasiswa IAIN Surakarta sebanyak 57 orang. Yang mana mahasiswa IAIN Surakarta tersebut merupakan pengikut (*followers*) akun instagram @kajian.ustad.abdulsomad. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan November 2019.

Tabel 2. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Responden	Jumlah	Persentase
Laki-laki	21	36,8 %
Perempuan	36	63,2 %
Total	57	100 %

Berdasarkan data di atas menyatakan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 36 orang atau 63,2%, dan sisanya adalah laki-laki sebanyak 21 orang atau 36,8%. Sehingga responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin laki-laki.

2. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

- Uji validitas variabel X

Untuk menganalisis apakah item-item kuesioner pada variabel X dikatakan valid, maka harus dibandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 57, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product momentpearson* dengan *degree of freedom* (df) = n-2, maka df = 57-2 = 55 sehingga r tabel = 0.2609. Adapun perbandingan antara r hitung dengan r tabel untuk setiap item pada aspek tangible dapat dilihat dalam tabel 3. berikut ini.

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel X

PERTANYAAN	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0,249	0,2609	Tidak Valid
X2	0,514	0,2609	Valid
X3	0,295	0,2609	valid
X4	0,242	0,2609	Tidak Valid
X5	0,550	0,2609	Valid
X6	0,733	0,2609	valid
X7	0,592	0,2609	Valid
X8	0,612	0,2609	Valid
X9	0,349	0,2609	Valid
X10	0,647	0,2609	Valid
X11	0,551	0,2609	Valid
X12	0,438	0,2609	Valid
X13	0,443	0,2609	Valid
X14	0,380	0,2609	Valid
X15	0,483	0,2609	Valid
X16	0,323	0,2609	Valid

Tabel 4. di atas menunjukkan bahwa 16 item kuesioner pada variabel X terdapat 2 item kuesioner yang tidak valid maka oleh peneliti item tersebut dihapus.

- Uji validitas variabel Y

Untuk menganalisis apakah item-item kuesioner pada variabel X dikatakan valid, maka harus dibandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 57, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r *product momentpearson* dengan *degree of freedom* (df) = n-2, maka df = 57-2 =

55 sehingga r tabel = 0.2609. Adapun perbandingan antara r hitung dengan r tabel untuk setiap item pada aspek tangible dapat dilihat dalam tabel 6. berikut ini.

Tabel 6. Hasil uji validitas variabel Y

PERTANYAAN	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,600	0,2609	valid
Y2	0,700	0,2609	Valid
Y3	0,459	0,2609	valid
Y4	0,802	0,2609	Valid
Y5	0,759	0,2609	Valid
Y6	0,548	0,2609	valid
Y7	0,383	0,2609	Valid
Y8	0,657	0,2609	Valid
Y9	0,542	0,2609	Valid
Y10	0,399	0,2609	Valid
Y11	0,353	0,2609	Valid
Y12	0,020	0,2609	Tidak Valid
Y13	-0,399	0,2609	Tidak Valid
Y14	0,176	0,2609	Tidak Valid
Y15	0,031	0,2609	Tidak Valid
Y16	0,728	0,2609	Valid
Y17	0,542	0,2609	Valid
Y18	0,489	0,2609	Valid

Berdasarkan tabel 6. di atas diketahui bahwa 18 item kuesioner terdapat 4 item pertanyaan yang tidak valid maka oleh peneliti item tersebut dihapus.

2. Uji Reliabilitas

- Uji reliabilitas variabel X

Tabel 7. Output SPSS hasil uji reliabilitas variabel X

Reliability Statistics X

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	14

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,757 > 0,7$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner dari variabel X dikatakan reliabel.

- Uji reabilitas variabel Y

Tabel 8. Output hasil uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	14

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,798 > 0,7. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner dari variabel Y dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 9. Output SPSS hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,76825840
Most Extreme Differences	Absolute	,096
	Positive	,096
	Negative	-,072
Test Statistic		,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai Asymp. Sig (2 tailed) adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 10. Output SPSS hasil uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11,888	4,993		2,381	,021		
Media Sosial	,629	,089	,692	7,105	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Efektivitas Dakwah

Berdasarkan tabel di atas, nilai Tolerance $1,000 > 0,1$ dan VIF untuk variabel independen yaitu $1,000 < 10$ sehingga dikatakan lolos uji multikolinearitas.

3. Uji Linieritas

Tabel 11. Hasil uji Linieritas

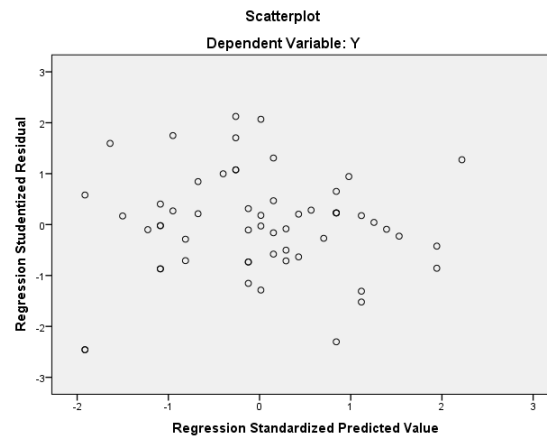
ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X Between Groups (Combined)	1845,036	24	76,876	4,123	,000
Linearity	1168,487	1	1168,487	62,666	,000
Deviation from Linearity	676,549	23	29,415	1,578	,115
Within Groups	596,683	32	18,646		
Total	2441,719	56			

dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai sig deviation from linearity sebesar $0,115 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel X dan variabel Y.

4. Uji Heterokedestisitas

Berikut adalah hasil uji Heterokedestisitas

Gambar 2. Hasil uji Heterokedestisitas



Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedestisitas.

4. Uji Regresi Sederhana

Tabel

SPSS

Regresi

12. Output

hasil

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penggunaan Media Sosial ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: efektifitas Dakwah

b. All requested variables entered.

tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel yang dimasukan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel Penggunaan Media Sosial sebagai variabel independent dan Efektifitas dakwah sebagai variabel dependent dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692 ^a	,479	,469	4,81141

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial

b. Dependent Variable: efektifitas Dakwah

Tabel 13. Output SPSS hasil uji regresi

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,692. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,479, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas penggunaan media sosial terhadap variabel terikat efektifitas dakwah adalah sebesar 47,9%.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1168,487	1	1168,487	50,475	,000 ^b
Residual	1273,232	55	23,150		
Total	2441,719	56			

a. Dependent Variable: efektifitas Dakwah

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial

Tabel 14. Output SPSS hasil uji regresi

Dari output diatas diketahui bahwa nilai F hitung = 50,475 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel efektifitas dakwah atau dengan kata lain ada pengaruh variabel penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah.

Tabel 15, output SPSS hasil uji regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,888	4,993		2,381	,021

Penggunaan Media Sosial	,629	,089	,692	7,105	,000
-------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: efektifitas Dakwah

Dari tabel diatas diketahui nilai Constant sebesar 11,888, sedang nilai penggunaan media sosial sebesar 0,629, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,888 + 0,629X$$

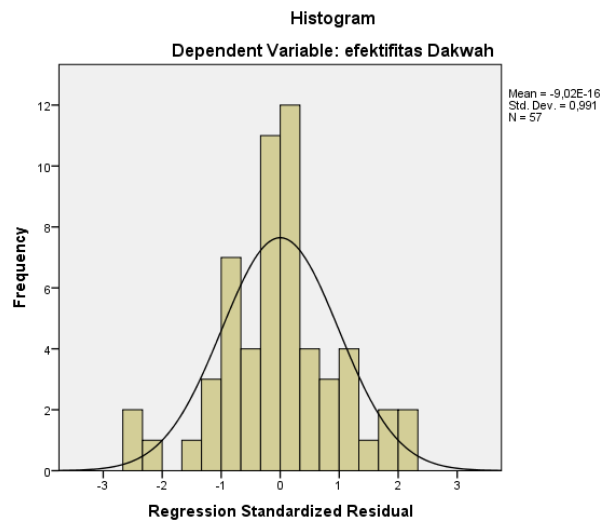
Persamaan tersebut dapat diartikan:

- Konstanta sebesar 11,888, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel efektifitas dakwah sebesar 11,888
- Koefisien regresi X sebesar 0,629 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai penggunaan mdia sosial, maka nilai efektifitas dakwah bertambah 0,629. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengambilan keputusan dalam Uji Regresi Sederhana:

- Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefisien dip : dari tabel coefisien diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial (X) berpengaruh terhadap variabel efektifitas dakwah (Y).
- Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar 7,105 $> t_{tabel}$ 2,004, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial (X) berpengaruh terhadap variabel efektifitas dakwah (Y).

Gambar 3. Histogram hasil regresi



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa lengkungan kurva normal sehingga residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

D. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa (1) Dalam hal pengujian Regresi sederhana variabel yang dimasukkan adalah variabel Penggunaan Media Sosial sebagai variabel independent dan variabel Efektifitas dakwah sebagai variabel dependent dan metode yang digunakan adalah metode enter. (2) Berdasarkan hasil uji regresi sederhana yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh nilai $r = 0,692$. Yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan sangat kuat antara pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas dakwah. Arti positif adalah hubungan antara variabel X dan Y searah. Maksud searah disini, semakin lama pengaruh penggunaan media sosial, maka semakin meningkat efektivitas dakwah. (3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara penggunaan media sosial dengan efektifitas dakwah digunakan nilai koefisien determinasi. Dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 47,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, kontribusi atau sumbangan yang diberikan variabel X terhadap variabel Y sebesar 47,9%.

DAFTAR PUSTAKA

- Kemendag. "Buku Media Sosial Kementerian Perdagangan," 15 Januari 2015.
www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/01/15/buku-media-sosial-kementerian-perdagangan-id0-1421300830.pdf.
- Kominfo. "Pengguna Internet di Indonesia 63 juta orang," 9 Desember 2019.
<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo%3A%3AInternet%3A%3AIndonesia%3A%3A63%3AJuta%3Orang/0/berita%20satker>.
- Mhd. Latip Kahpi. "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN KERUKUNAN UMAT BERAGAMA." *HIKMAH*, 2, 13 (Desember 2019): 225.
- Miliza Ghazali. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House, 2016.
- Muslim. "Sampaikan dari Ku walau satu ayat," 9 Desember 2019.
<https://muslim.or.id/6409-sampaikan-ilmu-dariku-walau-satu-ayat.html>.
- Toha Yahya Oamr. *Islam dan Dakwah*. Jakarta: PT. Al Mawardi Prima, 2004.