

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN LEMBAGA DAKWAH KAMPUS (LDK) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA

Nenden Hopipah

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
nendenhpph12@gmail.com

Abstract: Da'wah is important for every Muslim. However, as the times progressed, da'wah was also forced to adapt to it. This is because the target of da'wah considers 'old-fashioned' and monotonous if there is no renewal in the method of preaching. This research focuses on the role of social media in developing Da'wah Institutions at UIN Syarif Hidayatullah Jakarta campus. The methodology used in this research is descriptive quantitative to describe and determine the role of social media on the development of da'wah institutions. This research consists of primary data and secondary data. Primary data were obtained from survey results or the results of purposively distributing questionnaires from students, LDK members and LDK UIN Jakarta administrators, then conducting in-depth interviews with the daily administrators of the Campus Da'wah Institute (LDK) UIN Jakarta. While secondary data was obtained from social media LDK UIN Jakarta, articles from the internet, magazines, journals and newspapers. The results of the study show that, overall, from several parameters taken, that social media plays a very important role in developing LDK UIN Jakarta both in cadre, work programs, and so on.

Keywords: LDK, Social Media, Development

Abstrak: Dakwah menjadi hal penting bagi setiap umat muslim. Namun, semakin berkembangnya zaman, dakwah juga dipaksa harus bisa beradaptasi dengannya. Hal ini dikarenakan sasaran dakwah yang menganggap 'kolot' dan monoton jika tidak adanya pembaharuan dalam metode berdakwah. Penelitian ini fokus pada peran media sosial dalam mengembangkan Lembaga Dakwah kampus UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta. Metodologi yang digunakan penelitian adalah deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan dan mengetahui peran media sosial terhadap pengembangan lembaga dakwah. Penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil survey atau hasil penyebaran kuesioner secara purposive dari kalangan mahasiswa, anggota LDK dan pengurus LDK UIN Jakarta, kemudian melakukan wawancara mendalam dengan pengurus harian Lembaga Dakwah Kampus (LDK) UIN Jakarta. Sedangkan data sekunder diperoleh dari media sosial LDK UIN Jakarta, artikel-artikel baik internet, majalah, jurnal maupun surat kabar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara keseluruhan dari beberapa parameter yang diambil, bahwa media sosial sangat berperan dalam mengembangkan LDK UIN Jakarta baik dalam pengkaderan, program-program kerjanya, dan lain sebagainya

Kata kunci: LDK, Media Sosial, Pengembangan

A. Pendahuluan

Dakwah merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh setiap individu muslim. Karena esensi dakwah sendiri adalah meraih kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Berbicara tentang dakwah, sangat erat kaitannya dengan unsur-unsur dakwah yang salah satunya adalah mad'u atau sasaran dakwah (objek). Namun, melihat zaman yang semakin berkembang, maka dakwah pun harus bisa memposisikan dirinya pada zaman yang diarungi. Karena, jika dakwah hanya dilakukan dengan metode-metode zaman dahulu, maka objek atau sasaran dakwah tidak akan tertarik dengan pesan yang disampaikan oleh da'i. Dakwah itu adalah keistimewaan yang hanya diberikan Allah Swt kepada umat Nabi Muhammad Saw, umat sebelumnya tak pernah dipikulkan kepada mereka kehormatan ini. Karena dakwah asalnya adalah tugas para utusan Allah Swt yang mulia. Khusus umat Islam, amanah ini diberikan pada mereka untuk mengembannya.¹

Saat ini, kondisi dakwah di Indonesia telah mengalami kemajuan yang pesat, berbarengan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), sehingga dakwah beradaptasi dengan cepat. Perlu digaris bawahi, generasi yang lahir di setiap zamannya, harus menyesuaikan dirinya dengan zaman tersebut. Bagaimana tidak? Jika generasi tersebut tidak mengikuti zaman yang ada, maka dia akan kesulitan dalam menjalani kehidupannya di tengah masyarakat yang serba modern. Dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, dakwah di Indonesia mengalami perkembangan dengan memanfaatkan teknologi.

Lembaga dakwah merupakan organisasi atau kelompok Islam yang program kerjanya bergerak pada bidang dakwah. Dalam menjalankan visi misinya, lembaga dakwah menyusun strategi dan membuat program kerja yang efektif dan efisien. Sehingga, dengan adanya program kerja efektif dan efisien, maka visi misi lembaga dakwah tersebut akan terealisasi. Namun begitu, lembaga dakwah pasti mengalami tantangan dan hambatan dalam menjalankan tugasnya. Misalnya kurangnya mendapat dukungan dari kebijakan, minimnya sarana prasarana, kekurangan dana, dan yang paling ironis adalah kurangnya minat masyarakat.

Gejala ini terjadi pula pada Lembaga Dakwah Kampus (LDK) UIN Jakarta. Yang memiliki hambatan-hambatan seperti yang telah disebutkan. Hambatan-hambatan tersebut tentu jadi penghalang bagi LDK UIN Jakarta dalam melangsungkan kegiatan dakwahnya. Karena semakin sedikit minat mahasiswa untuk bergabung di LDK UIN Jakarta. Faktor ini salah satunya disebabkan karena kurangnya informasi yang tersebar pesat kepada mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial dalam mengembangkan Lembaga Dakwah Kampus (LDK) UIN Jakarta yang memiliki hambatan. Media Sosial sebagai bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, dapat berdampak besar pada perkembangan lembaga dakwah. Karena dengan hadirnya media sosial, dakwah dapat tersampaikan dengan sangat cepat dan mudah. Dengan media sosial, kita bukan hanya dapat menyampaikan pesan dakwah ke satu daerah saja, melainkan ke berbagai penjuru dunia sekaligus tanpa terikat jarak, tempat dan waktu. Varian media sosial yang tengah

berkembang dan banyak diminati orang adalah *Facebook, Twitter, Tiktok, WhatsApp, Youtube*, dan sebagainya. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa orang (penggunanya) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara online dalam waktu yang cepat.²

Mari kita lihat jika tidak adanya media sosial, dakwah harus disampaikan dengan mengadakan atau mengumpulkan massa terlebih dahulu, yang kemudian dakwah bisa tersampaikan. Atau dengan *face to face* dan juga dengan mengunjungi rumah masing-masing. Hal ini tentu saja merupakan akses yang sulit untuk dilakukan. Karena dengan begitu, dakwah tidak tersampaikan luas, melainkan hanya pada daerah tertentu. Dengan solusi media sosial yang ditawarkan oleh teknologi informasi dan komunikasi, LDK UIN Jakarta dapat merehabilitasi kegiatan-kegiatan atau program kerja yang dapat dilakukan dengan sangat mudah.

B. Kajian Teori

Untuk lebih memahami penelitian ini, maka terlebih dahulu harus mengetahui variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Dakwah

Secara etimologi dakwah berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Bentuk kata kerja atau fi'il nya adalah *da'a yad'u* yang berarti memanggil, menyeru, dan mengajak. menurut istilah atau terminologi Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana (*soft request*) kepada ajaran yang benar sesuai perintah Tuhan yang Maha Kuasa demi tercapainya kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.³

M. Arifin dalam Putri (Putri, 2020) memberikan penjelasan yang jauh lebih rinci. Menurutnya, dakwah memiliki arti sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, sikap penghayatan, kesadaran, serta pengamalan terhadap ajakan agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.

Pesan yang disampaikan tentunya harus mengandung kebenaran dan berdasarkan dengan sumber hukum islam yaitu Al-Qur'an, Hadits Nabi, Ijma' dan Qiyas. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Aisyah, (Aisyah, 2018) Dakwah dalam artinya yang paling elmenter adalah menyampaikan pesan- pesan suci dan luhur yang bersumber dari ajaran agama.

Selain itu, esensi dakwah adalah merubah sikap dan tingkah laku manusia menjadi lebih baik dari sebelumnya, agar dapat meraih kehidupan yang lebih baik pula. Sesuai dengan pendapat Syekh Ali Mahfudz, dakwah Islam adalah

memotivasi manusia agar melakukan kebaikan menurut petunjuk, menyuruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka berbuat kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. (Purnamasari & Thoriq, 2021)

2. Media Sosial

Hadirnya media sosial dalam kehidupan manusia seharusnya dapat dijadikan benih untuk melakukan hal-hal positif. Terkhusus umat Islam, yang diperintahkan dan diwajibkan oleh Allah SWT. untuk berdakwah, maka seyogyanya dapat memanfaatkan media sosial sebagai teknologi canggih yang mempermudah dalam berdakwah.

Menurut Boyd, Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content (UGC)* di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.⁴Media sosial menjadi alat komunikasi antar publik secara bebas, tanpa terikat jarak, tempat dan waktu. Karena, melakukan komunikasi di media sosial, tidak perlu mengadakan pertemuan dan tanpa menentukan waktu. karena media sosial hanya diikat oleh teknologi internet, sehingga siapapun yang memiliki akses internet, maka dia dapat melakukan interaksi secara bebas dalam media sosial. Begitupun pendapat Maksudid dan Ratnamulyani, bahwa media sosial adalah sarana yang merupakan medium berbasis teknologi internet (media online) yang memungkinkan seseorang dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi dan berkerjasama, serta berbagi dengan orang lainnya.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial adalah platform digital yang digunakan oleh publik untuk melakukan komunikasi dan interaksi tanpa diikat jarak, waktu dan tempat.

3. Lembaga Dakwah Kampus (LDK) UIN Jakarta

Lembaga dakwah kampus atau yang di singkat dengan LDK UIN jakarta merupakan organisasi mahasiswa yang bergerak pada bidang dakwah. Atau dapat diartikan sebagai organisasi kemahasiswaan yang menitik-beratkan orientasinya pada upaya pengembangan dakwah Islamiyah atau syi'ar Islam di lingkungan perguruan tinggi. Lembaga dakwah kampus bukan hanya ada pada universitas- universitas Islam saja, tetapi juga terdapat pada universitas umum. Karena kampus merupakan lembaga yang tepat untuk melahirkan intelektual muslim.

Sesuai dengan visinya “Terciptanya insan-insan dakwah yang memiliki kekokohan spirituellitas, intelektualitas dan solidaritas dengan etos profesionalisme menuju kampus yang islami dalam rangka mewujudkan khairu ummah”, LDK UIN Jakarta memiliki misi dan membentuk program kerja yang memiliki daya progresif secara menyeluruh dan struktural.

C. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Hidayat). Pendekatan deskriptif adalah "suatu penelitian yang didasarkan pada data yang ada atau penyelidikan yang bertujuan pada pemecahan masalah" ⁵

Dengan demikian, penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif atau penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan data kuantitatif dalam bentuk angka sebagaimana yang sudah dikumpulkan, kemudian data tersebut dianalisis atau diperkuat dengan wawancara secara mendalam terhadap objek yang diteliti.

Adapun objek yang diteliti yaitu mahasiswa yang menjadi anggota dan pengurus LDK UIN Jakarta, yang ditentukan secara *purposive sampling* dengan menggunakan metode *snowball*. Sehingga dari 7 orang mahasiswa yang diteliti, menjadi 48 mahasiswa yang dijadikan objek penelitian. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah melalui penyebaran kuisioner kepada anggota dan pengurus LDK UIN Jakarta sebanyak 7 orang, kemudian mereka menyebarkan kembali kepada rekan-rekannya. Hal tersebutlah yang menjadikan penelitian ini disebut metode *snowball*.

Selain itu, data yang dikumpulkan juga melalui wawancara secara mendalam kepada salah satu pengurus LDK bagian divisi media yang memaparkan program kerja LDK, yang membutuhkan media sosial. Adapun lokasi pengumpulan data ini dilakukan dalam jaringan atau daring, dan juga di UIN Jakarta.

D. Hasil dan Pembahasan

Media sosial sangat berpengaruh dalam kelangsungan kegiatan dan program kerja LDK UIN Jakarta. Sebagaimana hasil wawancara dari pengurus LDK UIN Jakarta, bahwa media sosial sangat penting yaitu digunakan untuk memposting flyer-flyer acara, dokumentasi kegiatan acara, program Reminder atau kisah-kisah inspiratif. Tambahnya, LDK tingkat fakultas memiliki dua divisi yang bergerak di bagian media, yaitu divisi syiar dan divisi LLPH (Lidah Lebah Production House). Adapun tugas dari divisi syiar adalah memposting kegiatan-kegiatan rutin yang dilakukan oleh LDK. Sedangkan tugas divisi LLPH yaitu memposting konten- konten motivasi islami dalam bentuk ilustrasi, podcast dan lain sebagainya.

Penelitian ini melibatkan 48 responden yang mempunyai latar belakang berbeda di LDK UIN Jakarta.

Dapat dilihat pada tabel berikut:

Jenis	Jumlah Orang	Persentase
Gender		

Laki-laki	11	22,9%
Perempuan	37	77,1%
Semester		
1	22	45,8%
3	24	50%
5	2	4,2%
Posisi di LDK		
Pengurus	12	25%
Anggota	36	75%

Pada penelitian ini, terdapat 22,9% atau 11 gender laki-laki dan 77,1% atau 37 gender perempuan. Dimana perempuan merupakan gender terbanyak. Kemudian, kategori semester penelitian ini dibagi menjadi 3 kategori semester. Yaitu semester 1, semester 3 dan semester 5. Responden semester terdapat 45,8% atau 22 orang,

responden semester 3 terdapat 50% atau 24 orang dan responden semester 5 terdapat 4,2% atau berjumlah 2 orang. Data responden lebih dispesifikasi lagi pada posisi di LDK, yaitu anggota dan pengurus untuk mengetahui kinerja atau perkembangan kegiatan dan program kerja LDK UIN Jakarta. Posisi sebagai pengurus berjumlah 12 orang atau 25% dari objek yang diteliti. Sedangkan posisi sebagai anggota berjumlah 36 orang atau 75% dari jumlah objek yang diteliti.

Pendapat responden terhadap peran media sosial dalam mengembangkan LDK UIN Jakarta dapat dilihat pada tabel berikut:

No.	Butir pertanyaan	Penilaian responden			
		Tidak Setuju (1)	Biasa saja (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Media Sosial sangat penting dalam pengembangan LDK		2 Orang	17 Orang (35,4%)	29 Orang (60,4%)
2	Dengan Media Sosial, LDK dapat merekrut anggota baru tanpa 'face to face'	2 Orang	6 Orang (12,5%)	25 Orang (52,1%)	15 Orang (31,3%)
3	Media Sosial sangat mudah dalam melakukan pengkaderan		12 Orang (25%)	28 Orang (58,3%)	8 Orang (16,7%)
4	Media Sosial mempermudah komunikasi dalam kegiatan mentoring		3 Orang (6,3%)	21 Orang (43,8%)	24 Orang (50%)
5	Banyak program kerja LDK yang melibatkan media sosial		4 Orang (8,3%)	22 Orang (45,8%)	22 Orang (45,8%)

Mengenai media sosial sangat penting dalam pengembangan LDK, responden mayoritas memberikan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 29 orang atau 60,4% dari objek. Sedangkan mengenai pertanyaan bahwa media sosial dapat merekrut anggota baru tanpa face to face mayoritas responden menjawab setuju, dengan jumlah 25 orang atau 52,1%. Disusul responden yang menjawab setuju bahwa media sosial sangat mudah dalam melakukan pengkaderan sebanyak 28 orang atau 58,3%. Sementara pada pernyataan media sosial mempermudah komunikasi dalam kegiatan mentoring, jumlahnya hampir setara antara setuju yang berjumlah 21 orang atau 43,8% dengan sangat setuju yang berjumlah 24 orang atau 50%. Selanjutnya pada pernyataan banyak program kerja LDK yang melibatkan media sosial, terdapat kesamaan jumlah antara jawaban setuju dan sangat setuju yaitu sama-sama berjumlah 22 orang atau 45,8% dari jumlah responden.

Dari data numerik yang diberikan responden tersebut yang didominasi jawaban setuju dan sangat setuju, menunjukkan bahwa sosial media sangat berperan dalam pengembangan lembaga dakwah kampus (LDK) UIN Jakarta. Yaitu membantu support dalam perekrutan anggota, sosialisasi mentoring, koordinasi program kerja, dan mempublikasi berbagai informasi tentang LDK UIN Jakarta, baik dalam bidang kegiatan, profile, maupun program-programnya.

E. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini dapat dilihat karakteristik objek penelitian didominasi oleh mahasiswa semester 1 dengan mayoritas gender perempuan. Selain itu, anggota LDK yang mendominasi kategori posisi di LDK. Ini menunjukkan bahwa, dalam mengkaji usaha pengembangan LDK UIN Jakarta bukan hanya fokus kepada pengurus LDK sebagai pelaku atau penggerak organisasi ini. Tetapi juga banyak melibatkan anggota LDK, dimana anggota LDK ini adalah orang yang dapat mengamati berkembang atau tidaknya program LDK tersebut.

Dari data empirik diatas dapat disimpulkan bahwa, media sosial sangat berpengaruh pada pengembangan lembaga dakwah kampus atau LDK UIN Jakarta. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (social relationships) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (equilibrium) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi.⁶

Sesuai dengan penelitian ini, dengan adanya media sosial, LDK UIN Jakarta dapat merekrut anggota baru tanpa melakukan face to face atau door to door. Begitupun ketika melakukan mentoring bersama anggota LDK, media sosial sangat mempermudah komunikasi dalam kegiatan sosialisasi mentoring tersebut. Selain itu, LDK dapat mempublikasikan kegiatan dan program kerjanya kepada khalayak, tanpa terikat jarak, tempat dan waktu. Sehingga, LDK UIN Jakarta semakin banyak diminati oleh mahasiswa dengan mudahnya akses mengetahui, serta informasi LDK yang dibungkus semenarik mungkin dengan menyesuaikan media yang dipakai oleh objek yang dituju. Inilah bentuk berkembangnya Lembaga Dakwah Kampus (LDK) Universitas Islam Negeri Jakarta yang terealisasi dengan adanya peran media sosial.

- Winamo, S. (2002). *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Maksudi, B. I., & Ratnamulyani, I. A. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 20, No. 2*.
- Purnamasari, M., & Thoriq, A. (2021). Peran Media dalam Pengembangan Dakwah Islam. *Muttaqien Vol. 2, No. 2*.
- Aisyah, S. (2018). Strategi Majelis Taklim Terhadap Pengembangan Dakwah. *journal3.uin-alauddin*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Vol. 9, No. 1*.
- Fatimah, S., & Khumaedi, T. (2019). Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial. *Volume 2, No. 2*.
- Putri, N. H. (2020). Peran Media Sosial Bagi Seorang Muballigh Dalam Berdakwah.
- Hidayat, A. (n.d.). Kuantitatif Adalah Penelitian: Tujuan, Jenis-Jenis, Pengertian, dan Contoh. <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html>, Diakses pada 27 Oktober 2022 pukul 08:31.