

APLIKASI MEDIA SOSIAL PADA PARTISIPASI DAKWAH ISLAM DESA SIDOREJO LANGKAT

Wiene Surya Putra¹, Herlin Wahdi Lubis¹, Eliza Eka Putri¹

¹Program Studi Pendidikan agama Islam, Fakultas Tharbiyah,
STAI Syekh H.Abdul Halim Hasan Al-Ishlahiyah Binjai
e-mail: wienesuryaputra@ishlahiyah.ac.id

Abstrak

Penelitian ini ini menyelidiki bagaimana aktivitas dakwah islam online berdampak pada kemandirian dakwah islam dan partisipasi dakwah islam kehidupan nyata di kalangan mahasiswa kkn di Desa sidorejo. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti hubungan antara aktivitas dakwah islam dan kesadaran dakwah islam. Kami melakukan survei online (N=200) mahasiswa kkn di Desa sidorejo. Kami menggunakan perangkat lunak Qualtrics untuk mendistribusikan survei kami di antara siswa untuk tujuan pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas siswa menggunakan media sosial untuk kesadaran dan informasi dakwah islam. Kemandirian dakwah islam secara signifikan didasarkan pada partisipasi dakwah islam online. Selain itu, media sosial adalah platform vital bagi netizen untuk berpartisipasi dalam kegiatan dakwah islam kehidupan nyata. Kesimpulannya, temuan penelitian menunjukkan bahwa aktivitas dakwah islam online berkorelasi kuat dengan kesadaran dakwah islam.

Kata Kunci: Media Sosial, Dakwah Islam, Partisipasi Kehidupan Nyata, Partisipasi Dakwah Islam, Desa Sidorejo, Survei

Abstract

The researching investigates how online Islamic da'wah activities have an impact on the efficacy of Islamic da'wah and real-life Islamic da'wah participation among community service students in Sidorejo Village. In addition, this study also highlights the relationship between Islamic da'wah activities and awareness of Islamic da'wah. We conducted an online survey (N=200) of community service students in Sidorejo Village. We use Qualtrics software to distribute our surveys among students for data collection purposes. The results showed that the majority of students used social media for awareness and information on Islamic da'wah. The efficacy of Islamic da'wah is significantly based on online Islamic da'wah participation. In addition, social media is a vital platform for netizens to participate in real-life Islamic da'wah activities. In conclusion, the research findings show that online Islamic da'wah activity is strongly correlated with awareness of Islamic da'wah and offline Islamic da'wah participation. In the Sidorejo Village area, the younger generation is very active on social media to participate in online and offline Islamic da'wah.

Keywords: Social Media, Islamic Da'wah, Real Life Participation, Islamic Da'wah Participation, Sidorejo Village, Survey

PENDAHULUAN

Lebih dari satu dekade yang lalu, teknologi informasi dan komunikasi mengubah dunia secara dramatis. Misalnya, media dan teknologi baru telah mengubah interaksi interpersonal, pola komunikasi, dan diskusi sosial dan dakwah islam. Sarjana media dan komunikasi, ilmuwan dakwah islam, sosiolog, dan sarjana hubungan internasional telah melakukan ratusan penelitian tentang berbagai aspek aplikasi media sosial (Golan, Arceneaux, & Soule, 2019). Internet memainkan peran penting dalam memberikan informasi kepada publik tentang peristiwa dakwah islam, melibatkan penggunaannya dan mendorong mereka untuk terlibat dalam kegiatan dakwah islam offline. Internet telah menjadi vital untuk diskusi dakwah islam dan partisipasi dakwah islam. Pada awalnya, Internet digunakan sebagai alat komunikasi satu arah bagi dakwah dakwah islam untuk menginformasikan kepada publik melalui situs web mereka. Namun, media dan teknologi baru telah mengubah pola komunikasi dalam komunikasi dua arah (Emruli & Bača, 2011). Milenial adalah pengguna internet dan media sosial paling aktif. Aktivitas online yang berkaitan dengan dakwah islam bermanfaat dan mendorong pemuda untuk berpartisipasi dalam acara dakwah islam (Quintelier & Vissers, 2008).

Aplikasi internet, dakwah islam pengetahuan, dan partisipasi dakwah islam terkait satu sama lain. Tren ini memainkan peran kunci dalam islam, terutama di Desa sidorejo, dan khususnya di kabupaten

Langkat. Internet dan media sosial menjadi semakin penting untuk menyebarkan informasi dakwah islam (McAllister, 2015). Sebaliknya, hal itu juga menimbulkan ancaman bagi demokrasi, seperti yang terlihat pada dakwah presiden Amerika Serikat tahun 2016 dan beberapa negara Eropa. Media sosial adalah salah satu sumber informasi terbesar bagi miliaran penggunanya; namun, ia juga memiliki potensi besar untuk disinformasi untuk memanipulasi opini publik. Efek media sosial yang disebutkan di atas pada aktivisme dakwah islam penting dalam mengukur dinamika dakwah islam. Internet mendorong penggunanya ke arah dakwah islam dan memperkuat offline partisipasi dakwah islam yang menunjukkan efek ganda Internet pada informasi dan partisipasi terhadap dakwah islam (Nam, 2012).

Aplikasi media sosial di kalangan milenial tidak hanya populer di negara maju tetapi juga di negara berkembang. Di Desa sidorejo, dakwah dakwah islam dan pendakwah individu memiliki akun media sosial yang sangat aktif untuk menyebarkan informasi bagi pengguna dan pendakwah media sosial (Michaelson, 2011). Teknologi baru dan media sosial berdampak pada komunikasi dakwah islam baik di negara maju maupun berkembang, meskipun negara maju mengalami dampak yang lebih besar karena proliferasi Internet (Riaz, 2010). SJS (SITUS JEJARING SOSIAL) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelajaran sosial dan dakwah islam netizen, khususnya kaum muda (Khan & Shahbaz, 2015). Sebuah studi baru-baru ini mengungkapkan bahwa SITUS JEJARING SOSIAL memiliki dampak dakwah islam yang kuat pada individu di Desa sidorejo (Karamat & Farooq, 2016).

Di Desa sidorejo, Facebook adalah jaringan yang paling banyak digunakan di kalangan pemuda untuk informasi dakwah islam dibandingkan dengan jaringan sosial lainnya seperti Twitter, dakwah dakwah islam Desa sidorejo aktif menggunakan media sosial dan telah mengubah dinamika dakwah islam di Desa sidorejo (Eijaz, 2013). Mayoritas responden survei berpartisipasi dalam dakwah islam melalui media sosial, khususnya Facebook. Penetrasi Internet di Desa sidorejo sangat rendah dibandingkan dengan desa-desa lainnya, tetapi pengguna meningkat seiring berjalannya waktu. Menurut statistik terbaru, hanya 19% orang yang memiliki akses Internet di Desa sidorejo; namun, Aplikasi substansial media sosial dan media baru di berbagai sektor termasuk dakwah islam, kesehatan, dan pendidikan mendorong para peneliti untuk menganalisis aplikasi media sosial dan media baru (Ittefaq & Iqbal, 2018). Ini memberikan kesempatan untuk mendiskusikan berbagai isu beragam yang dihadapi masyarakat Desa sidorejo dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam dakwah Islam, untuk partisipasi yang lebih baik dalam proses dakwah islam. Partisipasi dakwah islam mahasiswa kkn di Facebook mempengaruhi aktivisme offline mereka dan terkait dengan berapa banyak waktu yang mereka habiskan dan terlibat dalam dakwah islam online. Studi menunjukkan bahwa aktivitas dakwah islam mahasiswa kkn dan persepsi mereka tentang dakwah islam telah berubah melalui platform ini (Zaheer, 2016).

Menemukan kesenjangan dalam media dakwah di daerah Desa sidorejo, penelitian ini menyoroti efek media sosial terhadap partisipasi dakwah islam dan bagaimana mahasiswa kkn berpartisipasi dalam aktivitas dakwah islam online dan offline dan apa tema diskusi di situs jejaring media sosial. Selain itu, penelitian ini meneliti efek aktivitas dakwah islam online para peserta dan partisipasi nyata mereka dalam dakwah islam. Hubungan kemandirian dan partisipasi ini terhadap dakwah islam juga telah diselidiki. Studi sebelumnya telah menyelidiki peran media sosial dan media baru di kota-kota besar dan sektor masyarakat lainnya seperti pendidikan, kesehatan, dan dakwah islam juga, tetapi daerah yang terpinggirkan diabaikan oleh sebagian besar peneliti. Tetapi penelitian kami berfokus pada daerah Desa sidorejo untuk menguji aplikasi media sosial mereka dalam spektrum dakwah islam. Ini adalah klaim yang adil bahwa media sosial juga memiliki kelemahan. Misalnya, studi Calder (2013) berpendapat bahwa “perlu mengetahui kelemahan media baru untuk komunikasi dakwah islam dan kita harus menyelamatkan partisipasi dakwah islam dari situasi ini daripada menerimanya” (hal. 66). Mahmud dan Amin (2017) berfokus pada aplikasi media online dalam kegiatan dakwah islam di kalangan mahasiswa kkn. Temuan penelitian menunjukkan hubungan partisipasi dakwah islam online dan offline; namun, dibandingkan dengan Facebook, email memainkan peran kecil dalam diskusi dakwah islam. Demikian pula, Schmiemann (2015) meneliti Situs Jejaring Sosial dan partisipasi dakwah islam dan menyimpulkan bahwa konten Facebook menunjukkan respon positif mengenai partisipasi dakwah islam. Gibson dan McAllister (2012) mengevaluasi ikatan sosial online dan keterlibatan dakwah islam dan memeriksa bagaimana platform online meningkatkan interaksi dakwah islam. Selain itu, interaksi online meningkatkan ikatan serupa di antara jaringan penghubung yang tidak terkait; mereka menemukan bahwa kontak sosial online mendorong partisipasi offline. Mengikuti tren dalam domain penelitian ini, Papagiannidis dan Manika (2016) menyelidiki partisipasi dan keterlibatan dakwah islam melalui saluran online dan offline yang berbeda dan menemukan bahwa media baru dan saluran online

lainnya memungkinkan peserta dakwah islam untuk terlibat dalam dakwah islam dan mengekspresikan pendapat mereka secara terbuka. Sikap individu bervariasi seperti halnya aplikasi media digital dan partisipasi dakwah islam kehidupan nyata.

Aplikasi Internet dan semua aktivitas elektronik lainnya meningkatkan pengetahuan pengguna online tentang dakwah islam dan mendorong keterlibatan dan partisipasi dakwah islam. Cantijoch dan rekan-rekannya mempelajari aplikasi Internet, keterlibatan dakwah islam, dan dampak e-discussion, e-information, dan dakwah e-dakwah islam. Temuan mereka mengklaim bahwa e-campaigning secara langsung menghubungkan dan melibatkan pengguna internet sebelum dan sesudah islam (Cantijoch, Cutts, & Gibson, 2012). Marco, Robles, dan Antino (2017) juga mengamati sikap dan keterlibatan dakwah islam ini dalam kasus individu di platform digital di Spanyol. Temuan studi menunjukkan perbedaan yang signifikan antara komponen kognitif dan efektif dari sikap. Rainie, Smith, Schlozman, Brady,

Media sosial menghasilkan tren baru untuk partisipasi dakwah islam dan mengubah pola komunikasi dakwah islam. Siluvuru (2015) berusaha menggali fakta tentang media sosial dan digital dalam komunikasi dakwah islam dan menyimpulkan bahwa media sosial digunakan untuk tujuan hubungan sosial dan memperbarui pengguna tentang kejadian. Stieglitz, Brockmann, dan Xuan (2012) menganalisis aplikasi media sosial untuk komunikasi dakwah islam dan menemukan hubungan yang kuat antara pendakwah dan pengguna media sosial. Selain itu, berkat Situs Jejaring Sosial, interaksi antara pendakwah dan pendakwah telah meningkat secara signifikan. Biswas, Ingle, dan Roy (2014) meneliti pengaruh media sosial di India, terhadap perilaku memilih, hasilnya menunjukkan bahwa media sosial menyatukan orang-orang di dalam dakwah dakwah islam. Storck (2011) mengungkapkan bahwa aktivis menggunakan media sosial untuk aksi kolektif. Hellweg (2011) meneliti aplikasi media sosial pendakwah untuk mempengaruhi persepsi konstituen dan menemukan bahwa pendakwah merespon lebih positif terhadap konten pribadi pendakwah daripada konten profesional mereka. Demikian pula, Kalsnes (2016) membahas Facebook sebagai platform unik untuk interaksi antara dakwah dakwah islam dan pendakwah; studi ini memberikan praktik terbaik untuk menghubungkan dengan pendakwah untuk keterlibatan dakwah islam. Raoof, Zaman, Ahmad, dan Al-Qaraghuli (2013) mempelajari sistem jaringan sosial sebagai alat untuk perubahan dakwah islam. Temuan mereka jelas menunjukkan bahwa media sosial banyak digunakan sebagai jaringan komunikasi antara kandidat dan pendakwah. Dengan memberikan informasi tentang dakwah islam, media sosial mengundang partisipasi dan mobilisasi dan memainkan peran vital dalam pendidikan dakwah islam serta mobilisasi publik dalam dakwah islam (Doris, 2014).

Menurut statistik terakhir, Desa sidorejo memiliki 44,61 akun pengguna Internet. Di antara pengguna internet ini, 37 akun dianggap sebagai pengguna aktif media sosial. Di antaranya, 36 akun menggunakan Facebook, 6,30 akun menggunakan Instagram, 1,26 akun menggunakan Twitter, 2,15 akun menggunakan Snapchat, dan 5,10 akun menggunakan LinkedIn. Selain itu, 41% pengguna berusia antara 18 dan 24 tahun dan 36% orang berusia antara 25 dan 34 tahun. Statistik ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna media sosial dan internet adalah anak muda di Desa sidorejo (We Are Social, 2019). Perusahaan pemasaran digital lainnya menerbitkan laporan terbaru bernama Digital Statistical Indicators 2018 dan mengklaim bahwa 44,6 akun dari 198,9 akun adalah pengguna Internet, yang merupakan 22% dari total populasi. Dari jumlah tersebut, hanya 35 akun pengguna aktif media sosial, yaitu 18% dari total populasi. Pengguna seluler adalah 109,5 akun dari total populasi, dan di antara mereka, 32 akun adalah pengguna Internet dan media sosial aktif dari perangkat seluler mereka, yang hanya 16% dari total populasi. Mayoritas pengguna media sosial adalah anak muda .

Facebook dan Partisipasi Dakwah islam

Penelitian yang cukup besar selama dekade ini telah dihasilkan tentang dampak media sosial dan Internet pada partisipasi dakwah islam online dan offline. Misalnya, Facebook telah menjadi salah satu platform paling signifikan bagi pengguna online untuk mendiskusikan dakwah islam dan berpartisipasi dalam dakwah islam secara offline. Njgomir (2016) meneliti dampak Facebook, Twitter, dan YouTube pada perilaku dakwah islam kaum milenial dan menemukan bahwa Twitter dan YouTube tidak digunakan untuk tujuan dakwah islam; namun, Facebook digunakan untuk konten dakwah islam dan mungkin memiliki efek negatif pada partisipasi dakwah islam formal baik di negara berkembang maupun negara maju. Westling (2007) meneliti perluasan ruang publik dan dampak Facebook pada komunikasi dakwah islam. Dia mengaitkan strategi komunikasi dakwah islam dengan perluasan ruang publik dan menemukan bahwa Facebook adalah platform yang valid untuk menjembatani komunikasi

dakwah islam di antara publik. Studi lain yang dilakukan oleh Marcheva (2008) menemukan bahwa ada korelasi kuat antara platform media sosial dan gerakan kolektif. Facebook membantu dalam memahami berbagai kesan partisipasi dakwah islam seperti diskusi isu-isu kontroversial.

Para peneliti telah mengembangkan berbagai skala untuk mempelajari dampak Internet pada dakwah dan pesan dakwah islam. Karena sifat media yang monolitik, sulit untuk menilai efek media sosial pada netizen. Partisipasi dakwah islam di Facebook kuat selama islam. Rustad dan Sæbø (2013) menemukan bahwa pendakwah menggunakan Facebook untuk terhubung dengan warga dan memberi mereka informasi terbaru tentang agenda dan aktivitas dakwah islam mereka. Borah (2014) mempresentasikan makalahnya pada konferensi tahunan di Asosiasi Komunikasi Internasional tentang aplikasi Facebook di tengah pendakwah dan menemukan bahwa postingan yang mempromosikan dakwah islam meningkatkan partisipasi dakwah islam pada individu yang afiliasi dakwahnya sesuai dengan postingan tersebut (hal. 1). Senada dengan itu, Vitak et al. (2009) mengamati aplikasi Facebook dan keterlibatan dakwah islam dalam islam 2008. Mereka menyimpulkan bahwa ada kemungkinan efek untuk mengubah aplikasi situs jejaring sosial di antara pendakwah dan organisasi dakwah islam. Hanson, Haridakis, Cunningham, Sharma, dan Ponder (2010) mengungkapkan bahwa aplikasi media sosial menunjukkan prediksi negatif untuk sinisme dakwah islam. Andersen dan Medaglia (2009) menemukan bahwa ranah online populer di kalangan pendakwah karena mereka mengetahui tentang kandidat dakwah islam mereka melalui berbagai cara organisasi dakwah. Gerodimos dan Justinussen (2014) menemukan Andersen dan Medaglia (2009) menemukan bahwa ranah online populer di kalangan pendakwah karena mereka mengetahui tentang para pendakwah islam mereka melalui berbagai cara di organisasi dakwah. Gerodimos dan Justinussen (2014) menemukan Andersen dan Medaglia (2009) menemukan bahwa ranah online populer di kalangan pendakwah karena mereka mengetahui tentang pendakwah mereka melalui berbagai cara organisasi dakwah. Gerodimos dan Justinussen (2014) menemukan bahwa para pendakwah pada tahun 2012 menggunakan Facebook sebagai alat untuk promosi; dakwah online ini menyoroti kepribadian pendakwah sebagai strategi yang memotivasi pengikutnya untuk bertindak daripada menjadi berdaya. Stumpel (2010) telah memberikan wawasan dalam tesisnya tentang dakwah islam media sosial (Facebook) dan berpendapat bahwa proses diskursif dan implementasi kontra-protokolologis harus menjadi faktor dakwah islam penting yang mengatur aktivitas pengguna di situs jejaring sosial. Berdasarkan banyaknya literatur yang telah dikhususkan untuk media sosial dan komunikasi dakwah islam, kita dapat berargumen bahwa literatur yang diterbitkan menunjukkan peluang dan tantangan media sosial dalam dakwah islam di berbagai negara di dunia. Berdasarkan literatur yang disajikan, hipotesis berikut diturunkan untuk mengatasi dalam penelitian ini:

Hipotesis 1 (H1): Aktivitas dakwah islam online memiliki hubungan yang signifikan dengan efikasi dakwah islam.

Hipotesis 2 (H2): Aktivitas dakwah islam online memiliki hubungan yang signifikan dengan partisipasi kehidupan nyata.

Hipotesis 3 (H3): Partisipasi dakwah islam dan efikasi dakwah islam memiliki hubungan yang signifikan satu sama lain.

METODE

Dalam penelitian ini, populasinya meliputi mahasiswa kkn, Desa sidorejo. Kami memilih sampel (N = 200) responden termasuk (N = 100) siswa BS (Hons) dan (N= 100) mengejar gelar master (pria dan wanita untuk kedua kelompok). Metode survei kuantitatif telah digunakan beserta teknik pengumpulan datanya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Untuk pengumpulan informasi dari sampel responden penelitian yang dipilih, kami menggunakan perangkat lunak Qualtrics untuk mendistribusikan survei kami di antara mahasiswa kkn di . Dalam penelitian ini, kuesioner dibangun dengan pertanyaan-pertanyaan analitik, tertutup beserta skala tipe Likert 5 poin (skala penilaian yang dijumlahkan), yang terdiri dari beberapa opsi, yaitu, 1 = Selalu, 2 = Jarang, 3 = Kadang-kadang, 4 = Sering, dan 5 = Tidak pernah. Responden memilih satu pilihan untuk menjawab setiap pertanyaan. Dalam studi ini, baik variabel independen dan dependen diambil dari studi yang diterbitkan sebelumnya, dioperasionalkan dan dimodifikasi. Aktivitas online digunakan sebagai variabel independen, dan kemandirian dakwah islam dan partisipasi nyata adalah variabel dependen. Kami menggunakan skala Zaheer (2016) mengenai pengukuran item seperti partisipasi dakwah islam, kemandirian dakwah islam, aplikasi media sosial, dan aktivitas dakwah islam online dan offline.

Konsep penelitian menunjukkan bahwa media online memberikan dukungan terhadap efikasi

dakwah islam variabel dependen, partisipasi nyata, dan aktivitas online. Efikasi dakwah islam mengungkapkan keyakinan dakwah islam responden, ideologi dakwah islam, dan perasaan mereka tentang sistem dakwah islam. Beberapa peneliti menggunakan kemandirian dakwah islam sebagai variabel untuk menguji pemahaman pemuda yang sudah ada sebelumnya tentang dakwah islam dan partisipasi dakwah islam kehidupan nyata mereka. Partisipasi dalam kehidupan nyata mencakup aktivitas dakwah islam seperti dakwah islam aktif berdakwah, menghadiri rapat umum dan protes, dan mengambil bagian dalam proses berdakwah. Aktivitas online termasuk berbagi posting, menyukai gambar, dan mengomentari video di berbagai platform digital seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Kami mempelajari korelasi antara aktivitas dakwah islam online dan partisipasi kehidupan nyata di kalangan mahasiswa kkn di daerah Desa sidorejo.

Kami menggunakan kontak pribadi kami, WhatsApp, Facebook, dan Email untuk mendistribusikan tautan survei kami. Kami mendistribusikan survei kami ke semua lokasi kkn dan sekolah di Desa sidorejo. Setelah tahap pengumpulan data, kami menjalankan beberapa hasil statistik deskriptif untuk menemukan inkonsistensi dan kesalahan. Kami menggunakan perangkat lunak Statistical Package for Social Science (SPSS) untuk menganalisis data dan analisis regresi, korelasi, dan statistik deskriptif untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Kami menggunakan probability sampling dan memilih teknik simple-random sampling dalam penelitian ini. Wimmer dan Dominick (2011) mencatat bahwa probability sampling menggunakan perhitungan matematis dan random sampling menggunakan elemen, subjek, dan satuan populasi. Akibatnya, mahasiswa kkn S1 dan S2 dipilih secara random sampling dan dianggap masih muda. Metode yang digunakan adalah desain penelitian survei kuantitatif. Wimmer dan Dominick (2011) membahas bahwa metode penelitian kuantitatif telah dilakukan dengan menggunakan metode survei yang berbeda. Demikian pula, Williams (2003) mengatakan bahwa "penelitian survei didasarkan pada menetapkan prinsip-prinsip sampling statistik" (hal. 23). Metode survei sangat populer dalam studi media dan komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menganalisis H1 penelitian ini yaitu aktivitas dakwah islam online memiliki hubungan yang signifikan dengan efikasi dakwah islam, Tabel 1 menggambarkan efikasi dakwah islam (PE) dengan nilai R .286, nilai R² .082, adjusted R² .077, dan SE dari perkiraan 0,43914. Skala efikasi dakwah islam dikembangkan dari Niemi, Craig, dan Franco (1991). Dalam skala 7 item ini ($\alpha = 0,756$), pertanyaan telah diajukan kepada responden. Skala tipe Likert telah diterapkan dengan pilihan jawaban 1 = Selalu, 2 = Jarang, 3 = Kadang-kadang, 4 = Sering, dan 5 = Tidak pernah. Oleh karena itu, temuan penelitian mendukung H1, bahwa ada hubungan yang signifikan antara aktivitas dakwah islam online dan kemandirian dakwah islam.

Untuk menguji H2 penelitian ini, yaitu aktivitas dakwah islam online memiliki hubungan yang signifikan dengan partisipasi kehidupan nyata, uji analisis regresi kuadrat diterapkan pada data. Tabel 2 menggambarkan partisipasi riil (RP) dengan nilai R 0,366, nilai R² 0,084, R² yang disesuaikan 0,098, dan SE dari estimasi .51286. Skala partisipasi dakwah islam kehidupan nyata yang digunakan dalam penelitian ini telah dihasilkan dengan menggabungkan skala Verba dan Nie (1972) dan Cao (2008). Untuk mengukur partisipasi dakwah islam kehidupan nyata, skala 7 item diadopsi ($\alpha = 0,756$). Skala tipe Likert diterapkan dengan pilihan jawaban 1 = Selalu, 2 = Jarang, 3 = Kadang-kadang, 4 = Sering, dan 5 = Tidak Pernah. Oleh karena itu, temuan penelitian mendukung H2, bahwa ada hubungan yang signifikan antara aktivitas dakwah islam online dan partisipasi kehidupan nyata.

Berdasarkan H3 penelitian ini, yaitu partisipasi dakwah islam dan efikasi dakwah islam memiliki hubungan yang signifikan satu sama lain, uji korelasi telah diterapkan pada data. Tabel 3 menunjukkan bahwa aktivitas dakwah islam online (OPA) berkorelasi dengan efikasi dakwah islam (PE) sebesar 0,286 dan signifikan pada .000, dan terlebih lagi, dengan partisipasi dakwah islam nyata (RPP) berkorelasi pada 0,066. Hipotesis penelitian ini menunjukkan korelasi positif antara partisipasi dakwah islam online dan offline sebagaimana penelitian Schulz (2005) dan Vitak et al (2009). Oleh karena itu, temuan penelitian mendukung H3 karena ditemukan hubungan yang signifikan antara partisipasi dakwah islam dan kemandirian dakwah islam. Menggambarkan bahwa OA berkorelasi dengan PE pada .286 dan signifikan pada .000, dan terlebih lagi, dengan RP berkorelasi pada .066. Sebaliknya, PE berkorelasi dengan RP sebesar 0,316. Korelasi keseluruhan antara ketiga variabel ini signifikan pada 0,01.

Ada 50,5% belum sarjana dan 49,5% mahasiswa kkn sarjana. Namun, distribusi persentase berdasarkan usia menunjukkan bahwa 41,0% berusia 18 hingga 23 tahun dan 57,0% responden berusia 24 hingga 28 tahun. Selain itu, 51,0% adalah laki-laki dan 49,0% adalah perempuan. Hasil survei terkait efikasi dakwah islam menunjukkan bahwa 51,0% responden sangat setuju bahwa mereka memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam dakwah islam melalui media online. Namun, 41,5% responden sangat setuju bahwa terkadang kegiatan dakwah islam dan pemerintahan tampak terlalu rumit bagi mereka. Hasil survei juga menunjukkan bahwa dalam hal partisipasi kehidupan nyata, 43,0% dari responden sering membicarakan kegiatan dakwah islam dengan keluarga, rekan kerja, dan lain-lain, sedangkan 19,0% responden tidak pernah menghadiri acara dakwah islam. Selain itu, hasil aktivitas dakwah islam online menunjukkan bahwa 37,5% responden mengunjungi saluran video online (misalnya, YouTube) untuk melihat video resmi atau tidak resmi tentang dakwah islam, berita, atau dakwah lokal setiap hari dan 44,0% responden setiap hari mengunjungi Akun Twitter dakwah, , dan kandidat lokal.

SIMPULAN

Temuan variabel pertama hubungan dakwah efficacy (DE) melalui media online menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju menggunakan media online dan merasa paham betul dengan isu-isu dakwah islam. Mayoritas responden mengatakan bahwa mereka menggunakan Situs Jejaring Sosial untuk informasi dan diskusi dakwah islam. Namun, hasil pendidikan menunjukkan bahwa mahasiswa kkn sarjana sangat aktif di media online dan sadar dakwah islam, sedangkan tabulasi silang usia menunjukkan bahwa mahasiswa kkn berusia 24 hingga 28 tahun lebih aktif menggunakan media online dibandingkan dengan siswa usia 18 sampai 23 tahun. Secara keseluruhan, temuan studi menunjukkan bahwa aktivitas dakwah islam online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemandirian dakwah islam. Hasil hubungan partisipasi nyata (HP) variabel kedua melalui media online menunjukkan bahwa responden aktif berbagi konten dakwah islam secara online dengan teman, keluarga, dan koleganya. Mereka secara aktif berpartisipasi dalam kegiatan dakwah islam kehidupan nyata. Selain itu, hasil penelitian variabel ketiga dari aktivitas online (OA) mengungkapkan bahwa mayoritas responden mengunjungi situs web dakwah islam dan juga blog para , pendakwah, dan kandidat lokal. Secara meyakinkan, penelitian ini telah menentukan bahwa media online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap mahasiswa kkn. Ini menciptakan kemandirian dakwah islam di antara semua responden. Sampel yang dipilih dari mahasiswa kkn yang aktif menggunakan media online lebih. Para responden mengatakan mereka berdiskusi dan berbagi konten dakwah islam secara online dan mereka secara aktif mengambil bagian dalam berbagai kegiatan dakwah islam kehidupan nyata. Mereka menggunakan Facebook untuk berkomunikasi dengan pendakwah dan kandidat lokal. Media online memiliki peran penting dalam efikasi dakwah islam dan partisipasi nyata. Studi ini mendukung hipotesis kami tentang bagaimana aktivitas dakwah islam online memiliki hubungan signifikan dengan kemandirian dakwah islam, aktivitas dakwah islam online memiliki hubungan signifikan dengan partisipasi dakwah islam kehidupan nyata, Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa mahasiswa kkn Desa sidorejo, sangat aktif di situs jejaring sosial untuk berpartisipasi secara online dan offline dalam melihat dan mendengar isi dakwah. Akan lebih baik untuk memasukkan sampel yang lebih besar dari Desa sidorejo. Studi kami hanya terdiri dari satu universitas dan calon sarjana lainnya untuk menjelaskan aplikasi media sosial di kalangan pemuda untuk tujuan dakwah islam.

SARAN

Dakwah adalah tugas setiap umat muslim di seluruh penjuru dunia. Zaman yang serba modern saat ini bukanlah alasan untuk tidak menyampaikan, walau satu ayat. Media sosial bukan sekedar hiburan, akan tetapi media sosial adalah alat untuk kita meningkatkan tali slaturahim dengan cara dakwah masa kini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Lembaga LPPM STAI Syekh H.Abdul Halim Al-Ishlahiyah Binjai

DAFTAR PUSTAKA

Abdu, SD, Mohamad, B., & Muda, S. (2017). Partisipasi dakwah islam online pemuda: Peran aplikasi Facebook, interaktivitas, informasi berkualitas dan kepentingan dakwah islam. Web Konferensi SHS, 33, 1-10.

- Abdulrauf, AA (2016). Keterlibatan kognitif dan partisipasi dakwah islam online di Facebook dan Twitter di kalangan pemuda di Nigeria dan Malaysia (tesis Doktor). Universiti Utara Malaysia, Changlun.
- Ahmad, K., & Sheikh, KS (2013). Media sosial dan dakwah islam partisipatif pemuda: Sebuah studi mahasiswa kkn. *Jurnal Studi Asia Selatan*, 28, 353-360.
- Andersen, KN, & Medaglia, R. (2009). Aplikasi Facebook dalam dakwah islam nasional: Dakwah islam seperti biasa. Dalam *Konferensi Internasional tentang Partisipasi Elektronik* (hal. 101-111). Berlin, Jerman: Springer. doi:10.1007/978-3-642-03781-8_10
- Arshad, A., & Hassan, SA (2014). Peran media baru dalam diskusi dakwah islam dan perubahan perilaku memilih mahasiswa kkn. *Jurnal Penelitian Internasional Ilmu Sosial*, 3(7), 4-9.
- Bimber, B., & Copeland, L. (2011, 25 Agustus). Media digital dan partisipasi dakwah islam dari waktu ke waktu di AS: Kontingensi dan di mana-mana. Makalah disiapkan untuk presentasi pada Pertemuan Tahunan Konsorsium Eropa untuk Riset Dakwah islam, Reykjavik, Islandia.
- Biswas, A., Ingle, N., & Roy, M. (2014). Pengaruh media sosial terhadap perilaku memilih. *Jurnal Kekuasaan, Dakwah islam & Pemerintahan*, 2, 127-155.
- Borah, P. (2014). Aplikasi Facebook dakwah islam dalam dakwah presiden 2012: Partisipasi dan keselarasan dakwah islam. Makalah disajikan pada pertemuan tahunan Konferensi Tahunan Asosiasi Komunikasi Internasional ke-64, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, WA.
- Calder, B. (2013, Oktober). Partisipasi dakwah islam dalam momen media sosial: Munculnya dakwah islam pribadi (tesis Master). Universitas RMIT, Melbourne, Australia.
- Gibson, RK, & McAllister, I. (2012). Ikatan sosial online dan keterlibatan dakwah islam. *Jurnal Teknologi Informasi & Dakwah islam*, 10, 21-34.
- Golan, GJ, Arceneaux, PC, & Soule, M. (2019). Gereja Katolik sebagai aktor diplomasi publik: Analisis narasi strategis paus dan keterlibatan internasional. *Jurnal Komunikasi Internasional*, 25, 95-115.
- Hanson, G., Haridakis, PM, Cunningham, AW, Sharma, R., & Ponder, JD (2010). Dakwah presiden 2008: Sinisme dakwah islam di era Facebook, MySpace, dan YouTube. *Komunikasi Massa dan Masyarakat*, 13, 584-607.
- Heiss, R., & Matthes, J. (2016). Mobilisasi untuk beberapa. Efek dari posting Facebook partisipatif pendakwah pada kaum muda. *Jurnal Psikologi Media*, 28, 123-135.
- Hellweg, A. (2011). Situs media sosial pendakwah mempengaruhi persepsi mereka oleh konstituen. *Jurnal Elon Penelitian Sarjana Komunikasi*, 2, 22-36.
- Ittefaq, M., & Iqbal, A. (2018). Digitalisasi sektor kesehatan di Desa sidorejo: Tantangan dan peluang komunikasi kesehatan online: Studi kasus media sosial dan seluler MARHAM. *Kesehatan Digital*, 4.
- Jiang, L. (2016, 21-23 Maret). Efek internet pada partisipasi dakwah islam online dan offline di antara warga negara di Australia. Makalah dipresentasikan pada Konferensi Internasional Tahunan ke-66 Asosiasi Ilmu Dakwah islam Inggris, Brighton, Inggris.
- Kahne, J., Middaugh, E., & Allen, D. (2014). Pemuda, media baru, dan kebangkitan dakwah islam partisipatif. *Jaringan Penelitian Dakwah islam Pemuda dan Partisipatif*, 1, 1-25.
- Kalsnes, B. (2016). Paradoks media sosial menjelaskan: Membandingkan strategi Facebook dakwah dakwah islam versus praktik. *Media Sosial + Masyarakat*, 2, 1-11.
- Karamat, A., & Farooq, A. (2016). Munculnya peran media sosial dalam aktivisme dakwah islam: Persepsi dan praktik. *Sebuah Jurnal Penelitian Studi Asia Selatan*, 31, 381-396.
- Khan, MA, & Shahbaz, MY (2015). Peran media jejaring sosial dalam sosialisasi dakwah islam pemuda Multan. *Jurnal Ilmu Sosial Desa sidorejo*, 35, 437-449.