

PENGARUH KONTEN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL TERHADAP RELIGIUSITAS MAHASISWA UPI

Ahmad Solihin¹, Azmi Naufal Yusuf², Rayyana Lazhwardi³, Farhan Ariq Pramudya⁴, Jenuri⁵

Universitas Pendidikan Indonesia

ahmadsolihin.07@upi.edu¹, yusufazmi65@upi.edu², rayyanalazhwardi6@upi.edu³,

farhanpramudya@upi.edu⁴, jenuri@upi.edu⁵

Abstrak: Penelitian ini menganalisis dampak konten dakwah di platform media sosial terhadap tingkat religiusitas mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, memberikan platform efektif untuk menyebarkan pesan dakwah kepada generasi muda. Metode penelitian yang digunakan adalah survei daring dengan kuesioner yang mencakup data demografis, jenis konten, dan relevansi konten dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Hasil menunjukkan bahwa 31% responden mengakses konten dakwah setiap hari, dengan video ceramah dan kutipan ayat Al-Qur'an sebagai format yang paling diminati. Motivasi utama responden adalah untuk meningkatkan pengetahuan agama dan mencari inspirasi spiritual. Meskipun banyak responden merasa konten dakwah bermanfaat, 19% menganggap beberapa konten kurang berkualitas. Penelitian ini menekankan perlunya kolaborasi antara pembuat konten, tokoh agama, dan akademisi untuk meningkatkan kualitas dakwah di media sosial. Temuan ini penting dalam memahami peran media sosial sebagai alat dakwah yang efektif, serta dampaknya terhadap pembentukan karakter dan religiusitas mahasiswa.

Kata Kunci: Konten Dakwah, Media Sosial, Tingkat Religiusitas, Generasi Muda, Pembentukan Karakter.

Abstract: This study analyzes the impact of da'wah content on social media platforms on the level of religiosity of Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) students. The development of information technology, especially social media, provides an effective platform to spread da'wah messages to the younger generation. The research method used is an online survey with a questionnaire that includes demographic data, types of content, and the relevance of da'wah content in everyday life. Results showed that 31% of respondents accessed da'wah content daily, with video lectures and Qur'anic verse quotes as the most popular formats. Respondents' main motivations were to increase their religious knowledge and seek spiritual inspiration. While many respondents found da'wah content useful, 19% found some content lacking in quality. This study emphasizes the need for collaboration between content creators, religious leaders and academics to improve the quality of da'wah on social media. These findings are important in understanding the role of social media as an effective da'wah tool, as well as its impact on character building and student religiosity.

Keywords: Da'wah Content, Social Media, Religiosity Level, Young Generation, Character Building.

PENDAHULUAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan survei daring melalui Google Form untuk mengeksplorasi pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) dalam mengakses konten dakwah dan dampaknya terhadap religiusitas mereka. Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa aktif yang sering menggunakan media sosial, dan sampel dilakukan dengan metode sampling bertujuan, berdasarkan kriteria tertentu yang menargetkan mahasiswa S1 berusia 18-23 tahun yang secara aktif mengikuti konten dakwah. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang dirancang dalam Google Form, yang terbagi menjadi tiga bagian. Bagian pertama mengumpulkan data demografis responden, seperti nama, jenis kelamin, usia, NIM, program studi, jenjang pendidikan, dan tahun angkatan. Bagian kedua mengeksplorasi platform media sosial yang paling sering digunakan, frekuensi dan durasi akses, jenis konten yang diminati, serta motivasi

responden dalam mengikuti konten dakwah. Bagian ketiga mengkaji relevansi konten dakwah dalam kehidupan sehari-hari responden, pengaruhnya terhadap pemahaman dan praktik keagamaan, serta pengalaman mereka terkait konten yang mungkin menyesatkan.

Kuesioner diuji coba pada sekelompok kecil responden sebelum disebarluaskan secara luas untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Umpan balik dari uji coba ini dimanfaatkan untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan pada kuesioner sebelum pengumpulan data utama. Kuesioner disebarluaskan melalui grup media sosial dan email yang ditujukan kepada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, dengan responden diberikan waktu dua minggu untuk mengisi kuesioner, dan pengingat dikirim untuk mendorong tingkat respons yang lebih tinggi. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik, yang mencakup pengkodean data untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang hubungan antara penggunaan media sosial dan pengaruhnya terhadap religiusitas mahasiswa. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penting dalam pemahaman tentang peran media sosial dalam memperkuat religiusitas di kalangan generasi muda.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan survei daring melalui Google Form untuk mengeksplorasi pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) dalam mengakses konten dakwah dan dampaknya terhadap religiusitas mereka. Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa aktif yang sering menggunakan media sosial, dan sampel dilakukan dengan metode sampling bertujuan, berdasarkan kriteria tertentu yang menargetkan mahasiswa S1 berusia 18-23 tahun yang secara aktif mengikuti konten dakwah. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang dirancang dalam Google Form, yang terbagi menjadi tiga bagian. Bagian pertama mengumpulkan data demografis responden, seperti nama, jenis kelamin, usia, NIM, program studi, jenjang pendidikan, dan tahun angkatan. Bagian kedua mengeksplorasi platform media sosial yang paling sering digunakan, frekuensi dan durasi akses, jenis konten yang diminati, serta motivasi responden dalam mengikuti konten dakwah. Bagian ketiga mengkaji relevansi konten dakwah dalam kehidupan sehari-hari responden, pengaruhnya terhadap pemahaman dan praktik keagamaan, serta pengalaman mereka terkait konten yang mungkin menyesatkan.

Kuesioner diuji coba pada sekelompok kecil responden sebelum disebarluaskan secara luas untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Umpan balik dari uji coba ini dimanfaatkan untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan pada kuesioner sebelum pengumpulan data utama. Kuesioner disebarluaskan melalui grup media sosial dan email yang ditujukan kepada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, dengan responden diberikan waktu dua minggu untuk mengisi kuesioner, dan pengingat dikirim untuk mendorong tingkat respons yang lebih tinggi. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik, yang mencakup pengkodean data untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang hubungan antara penggunaan media sosial dan pengaruhnya terhadap religiusitas mahasiswa. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penting dalam pemahaman tentang peran media sosial dalam memperkuat religiusitas di kalangan generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak konten dakwah di media sosial terhadap religiusitas mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Temuan menunjukkan bahwa 31% responden mengakses konten dakwah setiap hari. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi komponen penting dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, menyediakan akses yang cepat dan mudah terhadap informasi

keagamaan.

Dari segi jenis konten, video ceramah menjadi pilihan utama dengan persentase 73,8%, diikuti oleh kutipan ayat Al-Qur'an sebanyak 66,7%. Preferensi terhadap konten visual ini mencerminkan kecenderungan generasi muda yang lebih menyukai format yang menarik dan interaktif. Video ceramah, dalam bentuk yang dinamis dan komunikatif, mampu menarik perhatian mahasiswa, memberikan pemahaman yang lebih mendalam, dan memungkinkan mereka untuk terhubung dengan penceramah secara emosional.

Motivasi untuk mengakses konten dakwah juga sangat beragam. Sekitar 83,3% responden menyatakan bahwa tujuan utama mereka adalah untuk menambah pengetahuan agama, sedangkan 73,8% lainnya mencari motivasi spiritual. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya mencari informasi, tetapi juga menginginkan pengalaman yang dapat memperkuat keimanan mereka. Dalam hal ini, konten dakwah berfungsi sebagai sumber inspirasi yang membantu mahasiswa menghadapi tantangan kehidupan sehari-hari.

Relevansi konten dakwah dengan kehidupan sehari-hari juga sangat tinggi, di mana 64,3% responden merasa bahwa informasi yang mereka terima yang dapat diimplementasikan dalam aktivitas keagamaan sehari-hari. Ini menunjukkan bahwa konten dakwah tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif, membantu mahasiswa mengintegrasikan ajaran agama dalam kehidupan mereka. Sebagai contoh, peningkatan dalam praktik keagamaan seperti melaksanakan sholat dan membaca Al-Qur'an sebanyak 38,1% responden melaporkan bahwa mereka, mengindikasikan bahwa konten tersebut berhasil memotivasi mereka untuk lebih disiplin dalam menjalankan ajaran agama.

Walaupun banyak responden memberikan ulasan yang baik mengenai konten dakwah yang mereka akses, masih terdapat 19% yang merasa bahwa beberapa konten tidak berkualitas atau kurang akurat. Ini menyoroti pentingnya peningkatan kualitas konten agar sesuai dengan harapan pengguna. Ketidakakuratan informasi dapat berdampak negatif, terutama jika menyangkut ajaran agama yang sensitif. Selain itu, 78,6% responden merasa perlu memverifikasi kebenaran konten dakwah sebelum mempercayainya. Kesadaran ini mencerminkan kecermatan mahasiswa dalam menyaring informasi, terutama di era di mana hoaks dan informasi menyesatkan mudah menyebar.

Pengaruh konten dakwah tidak hanya terbatas pada aspek religiusitas pribadi, tetapi juga berdampak pada pandangan sosial dan politik mahasiswa. Beberapa responden menyatakan bahwa konten yang mereka konsumsi telah mempengaruhi cara mereka melihat isu-isu sosial dan politik. Ini menunjukkan bahwa dakwah dapat berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kesadaran sosial, membantu mahasiswa untuk menghubungkan ajaran agama dengan isu-isu yang lebih luas dalam masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Konten dakwah yang disebarkan melalui media sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap religiusitas mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Meskipun terdapat tantangan dalam hal kualitas dan akurasi konten, potensi media sosial sebagai alat dakwah yang efektif tidak dapat dipungkiri. Oleh karena itu, penting untuk mendorong kolaborasi antara pembuat konten, tokoh agama, dan akademisi dalam menciptakan materi yang lebih bermutu dan sesuai, sehingga mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi generasi muda. Upaya ini tidak hanya akan memperkaya pemahaman agama mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan karakter yang lebih baik dalam konteks sosial dan spiritual.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan melalui media sosial memiliki dampak yang penting terhadap religiusitas mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa secara rutin mengakses konten dakwah, dengan video ceramah dan kutipan ayat Al-Qur'an sebagai format

yang paling diminati. Motivasi utama mereka dalam mengakses konten ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan agama, memperdalam spiritualitas, serta mencari inspirasi dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Kelebihan dari penelitian ini terletak pada pengumpulan data yang mendalam mengenai perilaku dan preferensi mahasiswa dalam mengakses konten dakwah. Metode survei daring yang diterapkan memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden secara luas dan menghasilkan data yang representatif. Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan, seperti fokus pada sampel mahasiswa UPI dan pada platform media sosial tertentu. Oleh karena itu, temuan ini mungkin tidak sepenuhnya dapat diterapkan pada populasi mahasiswa yang lebih besar.

Agar pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan agar studi ini mengeksplorasi pengaruh jenis konten dakwah lainnya serta platform media sosial yang berbeda, seperti Instagram dan Facebook. Penelitian mendatang juga dapat menganalisis bagaimana kualitas, akurasi, dan konteks penyampaian konten dakwah mempengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan mahasiswa. Oleh karena itu, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam memahami peran media sosial sebagai sarana dakwah yang efisien dan relevan, serta memperkaya kajian tentang interaksi antara teknologi dan religiusitas di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agis, D. P. (2021). Penggunaan Aplikasi Tik Tok dan Efeknya Terhadap perilaku keagamaan remaja islam di kelurahan waydadi baru kecamatan sukarama (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG).
- Amelia, R., Habe, M. J., & Afriansyah, A. (2021). Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Asdar, M. (2020). Strategi Dakwah Di Era New Normal.
- Burhanudin, A. M., Nurhidayah, Y., & Chaerunisa, U. (2019). Dakwah Melalui Media Sosial. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 236-246.
- Estuningtyas, R. D. (2021). Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(1), 75-86.
- Fasadena, N. S. (2020). Kiai, Media Siber, Otoritas Keagamaan: Aktivisme Dakwah Virtual Kiai Azaim di Era Pandemi Covid 19. *ISLAMIKA INSIDE: Jurnal Keislaman dan Humaniora*, 6(2), 79-111.
- Han, M. I. (2021). Representasi Anak Muda Gaul dan Saleh dalam Gerakan Hijrah: Analisis Semiotika Roland Barthes atas Konten Akun Instagram Pesan Trend Pemuda (@ pesan_trend). *El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(01), 101-120.
- Handaru, B. I. W. (2021). Tantangan Agama di Era Globalisasi: Analisis Strategi Komunikasi, Karakteristik dan Materi Dakwah. *El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(01), 1-24.
- Khumaedi, T., & Fatimah, S. (2019). Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial. *Al-Mubin: Islamic Scientific Journal*, 2(2), 106-113.
- Ridwan, M., Nurdin, F., & Fitriningsih, F. (2019). Pengaruh dakwah di instagram terhadap perilaku keagamaan mahasiswa. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15(2).
- Rohman, D. A. (2019). Komunikasi dakwah melalui media sosial. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 121-133.