

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi saat ini sudah semakin berkembang pesat, bahkan mampu mengubah pola pikir khalayak masyarakat dalam hal informasi yang mencakup ilmu pengetahuan, dan teknologi, sosial budaya, pendidikan, dan seluruh kehidupan. Informasi menyebar dengan sangat cepat dan sulit dikontrol, bahkan termasuk pemikiran masyarakat sebagai akibat menerima informasi.

Manusia dan berbagai belahan dunia saat ini sudah mengalami ketergantungan terhadap teknologi, terutama teknologi digital sekarang, seperti media sosial telah menjadi salah satu bagian dari teknologi digital yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan segala hal, mulai dari informasi, serta pesan yang tentunya dibutuhkan oleh penggunanya, dengan media sosial yang terhubung ke internet, pengguna pun mendapatkan informasi apa saja dan kapan saja.

Manusia menggunakan teknologi komunikasi hampir dalam setiap kegiatan dalam kehidupannya. Brogan mengatakan perkembangan era digital saat ini, dapat kita katakan telah berkembang dengan pesat. Hampir seluruh aspek kehidupan mengalami perubahan dengan kemajuan yang pesat. Dapat kita lihat bahwasanya semua kegiatan yang kita lakukan sehari – hari lebih banyak menggunakan media sosial. Kehadiran media sosial memberikan banyak dampak positif bagi kehidupan manusia, terutama sangat efektif dalam hal komunikasi jarak jauh. Media sosial dapat kita pahami sebagai suatu alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan bentukan interaksi baru (Sajdah et al., 2023). Munculnya media sosial adalah salah satu perkembangan teknologi informasi terbaru yang sangat diminati dewasa ini. Media sosial adalah alat atau media yang mewadahi kumpulan masyarakat maya yang saling sebagai sarana perkumpulan masyarakat maya yang kekurangan data. Media sosial membantu masyarakat untuk mengakses atau menyebarkan informasi dalam bentuk tulisan, lisan, video, dan suara lainnya. Beberapa jenis media sosial yang berkembang saat ini termasuk Facebook, Twitter,

blog, WhatsApp, Instagram, YouTube, dan banyak lagi. Sebenarnya, penggunaan media sosial dapat sangat mempengaruhi kepopuleran seorang pendakwah.

Era yang dimana media sosial menjadi segalanya bagi kehidupan sehari – hari masyarakat yang sudah lekat dengan teknologi, maka sebagai pengguna media sosial harus pandai menempatkan prioritas penggunaan media sosial yang tentunya dapat memberikan dampak yang lebih jauh lagi terhadap kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang dakwah islam.

Pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk dakwah merupakan salah satu cara untuk penyampaian dakwah yang lebih efektif dengan media sosial yang sudah menjadi fenomena dan mengakar. hal ini dapat dilihat dari data penggunaan media sosial yang didapatkan dari data.goodstats.id milik penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2017 – 2026. Di Indonesia, penggunaan media sosial meningkat pesat. Menurut Data Reportal, 167 juta orang menggunakan media sosial pada tahun 2023, dengan 153 juta di antaranya di atas usia 18 tahun, atau 79,5% dari total populasi (Yonatan, 2023).

Diperkirakan bahwa paling tidak satu akun media sosial atau lebih dimiliki oleh 78,5% pengguna internet. Diharapkan nilai ini akan terus meningkat di tahun-tahun mendatang. Di tahun 2017, hanya 47,03% orang Indonesia yang menggunakan media sosial, menurut Statista. Namun, hingga tahun 2026, angka ini diperkirakan akan dua kali lipat, dengan 81,82% dari seluruh populasi menggunakan media sosial (Yonatan, 2023).

Dengan total pengguna sebesar 139 juta pada awal tahun 2023, YouTube adalah media sosial paling populer di Indonesia. Facebook berada di posisi kedua, dengan 119,9 juta pengguna. Namun demikian nilai ini mengalami penurunan 10 juta penggunaan dari tahun 2022, atau sebesar 7,7% (Yonatan, 2023).

Kemajuan teknologi media sosial saat ini tentu berpengaruh di setiap sektor dan banyak memberi dampak positif maupun negative. Dampak positif diantaranya adalah pemanfaatannya untuk dakwah Islam dengan beragam konten yang diunggah. Dapat kita ketahui bahwa penggunaan sesuai data yang sudah diuraikan di paragraf sebelumnya terlihat meningkat dari tahun ke tahun meskipun terdapat juga penurunan, namun hal tersebut tidak terlalu signifikan terhadap pertumbuhan

penggunaan media sosial.

Media sosial dapat menjangkau lebih banyak khalayak luas dengan berbagai bentuk konten dakwah yang dapat dikelompokkan untuk umur tertentu atau bahkan umum, kemudahan dalam membagikan konten yang menginspirasi dengan cepat, lalu dengan menggunakan hastag itu dapat mungkin ditemukan oleh orang – orang yang tertarik dengan hashtag tersebut:

1. Pesan dakwah akan lebih cepat diterima oleh pendengarnya.
2. Jumlah jamaah bersifat heterogeny dan dimana – mana
3. Masuk di setiap lini Masyarakat, misalnya orang dewasa, anak – anak, remaja, dan lainnya.
4. Dapat didengarkan atau dibaca berulang – ulang
5. Jarak fisik tidak menjadi halangan atau rintangan.

Dakwah ialah, penyampaian, ajakan, atau seruan kepada orang lain atau masyarakat untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama dikenal sebagai dakwah. untuk mendorong dan mengembalikan potensi fitri orang itu, dan memiliki kemampuan untuk hidup dengan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. paling penting adalah adanya keyakinan bahwa Allah adalah satu-satunya, dan tidak ada yang dapat menyamai-Nya. sehingga ingin mengikuti perintah-Nya.

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab “da‘wah”. Da‘wah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, ‘ain, dan wawu. Dari ketiga huruf asal tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi (Aziz, 2019).

Dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam yang telah baligh dan berakal, baik laki – laki maupun perempuan. Kewajiban ini upaya untuk meningkatkan kesadaran dan pembinaan pemahaman, keyakinan, dan pengalaman ajaran Islam terkait erat dengan tanggung jawab ini. untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki efek positif pada kehidupan manusia, yang telah membaik dari sebelum waktunya.

Kewajiban dakwah umat Muslim juga sudah termuat dalam hadist dan surah. Jadi seorang Muslim harus mengamalkan nilai – nilai agama Islam serta

mendakwahrkannya di antara kewajiban masing – masing individu seorang muslim. Siapapun umat Islam, mempunyai kesempatan yang sama untuk ikut mendakwahkan agama Islam. Dakwah merupakan tugas setiap umat Muslim yang tentunya disesuaikan dengan batas tingkat ilmu dan kemampuannya.

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Al-Bukhari meriwayatkan dari Abdullah ibn Amr bahwa Nabi SAW bersabda: *“Sampaikanlah oleh kalian dariku sekalipun hanya satu ayat.”* (HR. al-Bukhari) (Haryanto).

Pengaruh yang dimiliki kelompok saat menyebarkan dakwah sangatlah berpengaruh pada jumlah audiens. Seperti halnya perguruan tinggi, khususnya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang dimana para dosen merupakan orang – orang muslim yang memiliki kewajiban untuk berdakwah baik individu maupun kelompok. Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berlandaskan pada nilai – nilai Islam, sebagai dosen di lembaga tinggi mereka diwajibkan memiliki komitmen yang kuat untuk melaksanakan dakwah sesuai dengan keahlian atau latar belakang keilmuan masing – masing, namun bukan hanya untuk kurikulum, tetapi bagaimana menciptakan konten dakwah yang dapat menarik audiens terutama untuk para mahasiswa. Terlebih bagi para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah yang menjadi agen utama dalam proses pendidikan, memiliki peran yang sangat berpengaruh dalam menjalankan misi ini. Mereka bukan hanya pengajar, tetapi menjadi contoh nyata dalam praktek kehidupan beragama.

Di era digital zaman ini sangat menguntungkan para dosen untuk memanfaatkan platform media sosial seperti YouTube dan lainnya untuk melakukan aktivitas dakwah agar terjangkau oleh audiens yang lebih luas dibandingkan hanya dengan metode dakwah konvensional atau saat dalam perkuliahan. Para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah memiliki kesempatan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan pesan-pesan Islam kepada mahasiswa mereka dan publik umum. Hal tersebut karena media sosial dapat menjadi wadah yang efektif untuk

mengkomunikasikan ajaran Islam, menjawab pertanyaan agama, dan memperkuat nilai moral dan spiritual.

Meskipun media sosial memiliki banyak manfaat untuk dakwah Islam, ada beberapa aspek yang perlu dipahami lebih dalam. Pertanyaan-pertanyaan penting muncul, seperti seberapa banyak dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah telah memanfaatkan media sosial dalam dakwah mereka, seperti dakwah apa yang mereka bagikan, dan hambatan yang mereka temui. Selain itu, agar mencapai kesesuaian tujuan organisasi Muhammadiyah yaitu, amar ma'ruf nahi munkar dalam bidang kehidupan, yang dimana Universitas Muhammadiyah sebagai wadah untuk melahirkan da'I atau pendakwah dalam menyebarkan ajaran Islam.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan media sosial dalam aktivitas dakwah Islam. Dengan memahami bagaimana para dosen memanfaatkan media sosial untuk berdakwah, dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan Islam di institusi pendidikan tinggi sekaligus melihat bagaimana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Fakultas Agama Islam mencetak para pendakwah yang berkualitas serta modern. Diharapkan penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang sangat berguna untuk dakwah Islam di era perkembangan teknologi dan internet saat ini. Selain itu, akan memberikan saran yang berguna untuk membangun pendekatan dakwah yang lebih baik untuk Universitas Muhammadiyah dan lembaga pendidikan tinggi serupa lainnya.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini fokus pada bagaimana di era digital ini para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah memanfaatkan media sosial sebagai media untuk melakukan aktivitas dakwah untuk menyebarkan informasi mengenai Islam serta seberapa jauh dosen memanfaatkan media sosial karena masih banyak dosen yang kurang mampu dalam mengikuti perkembangan di era digital terutama

era media sosial.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melakukan aktivitas dakwah?
2. Bagaimana pemanfaatan YouTube oleh para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk aktivitas dakwah Islam?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pemanfaatan media sosial bagi para dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam aktivitas dakwah?
4. Bagaimana persepsi para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap efektivitas media sosial untuk aktivitas dakwah?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kegiatan dakwah para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Mengetahui bentuk pemanfaatan YouTube oleh para dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk aktivitas dakwah Islam.
3. Mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pemanfaatan media sosial oleh para dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam aktivitas dakwah Islam.
4. Mengetahui persepsi para dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap efektivitas media sosial untuk kegiatan dakwah.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa penambahan wawasan ilmu mengenai pemanfaatan media sosial secara efektif dalam lingkungan kampus untuk jalannya kegiatan dakwah para dosen di era teknologi saat ini.

2. Manfaat Praktis

Adapun secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bahan ketika melakukan pengkajian mengenai pemanfaatan media sosial oleh para dosen untuk aktivitas dakwah.