



PERAN KOMUNITAS ORANG MUDA INDONESIA DEPOK DALAM PENGEMBANGAN DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL

Darsiti^{1✉}, Ahmad Asrof Fitri², Muhammad N. Abdurrazaq³

^{1,2,3}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS)

E-mail: darsitisiti00@gmail.com^{1✉}, asrof.fitri@gmail.com², kholis@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran komunitas Orang Muda Indonesia (OMI) Depok dalam pengembangan dakwah melalui media sosial di Yayasan (YKBS) agar dapat bermanfaat bagi masyarakat dan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh Komunitas Orang Muda Indonesia Depok dalam mengembangkan dakwah melalui media sosial. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dengan para pembina, ketua, sekretaris, bendahara dan anggota. Bertempat di kantor OMI Depok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Komunitas Orang Muda Indonesia dalam pengembangan dakwah melalui media sosial, media sosial yang dimana setiap tempat dan waktu dilakukan untuk berdakwah dan menjangkau seluruh khalayak dan memiliki massa yang besar, dapat memperluas jangkauan dakwah. Jangkauan media sosial bisa membuat para da'i dikenal banyak orang. Semakin banyak orang menggunakan media untuk menyebarkan dakwah maka semakin luas jangkauannya, hal ini diyakini oleh generasi muda yang menggunakan media sosial, serta kesadaran para da'i bahwa media sosial juga memiliki kekuatan yang luar biasa karena penyebarannya. konten dibuat. OMI terus berupaya setiap hari untuk memberikan konten yang berkualitas, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima sesuai dengan niat semula. Peran OMI sangat membantu para relawan YKBS dalam upaya mengembangkan strategi promosi bagi para donatur dan masyarakat melalui penguasaan teknik aplikasi media sosial.

Kata Kunci: *Peran Masyarakat, Orang Muda Indonesia, Pengembangan Dakwah, Media Sosial*

Abstract

The purpose of this study was to find out the role of the Depok Indonesian Young People community in the development of da'wah through social media at the Foundation (YKBS) in order to be useful for the community and to find out what efforts were made by the Depok Indonesian Young People Community in developing da'wah through social media. This research method uses a qualitative approach with in-depth interviews with the coaches, chairpersons, secretaries, treasurers and members. Held at the Depok office of OMI. The results of the study show that the role of the Indonesian Young People Community in the development of da'wah through social media, social media in which any place and time is carried out to preach and capture all audiences and have a large mass, can expand the reach of preaching. The reach of social media can make the preachers known by many people. The more people use the media to spread da'wah, the wider the reach, this is believed by the younger generation who use social media, as well as the awareness of the preachers that social media also has extraordinary power because of the spread of the content created. OMI continues to strive every day to provide quality content, so that the message to be conveyed can be received according to the original intention. OMI's role is very helpful for YKBS volunteers in their efforts to develop promotional strategies for donors and the public through mastering social media application techniques.

Kata Kunci: *The Role of The Community, Young Indonesians, Da'wah Development, Social Media*

PENDAHULUAN

Yayasan Kreasi Bangun Semesta (YKBS) hadir di tengah-tengah masyarakat yang dalam perjalanan kiprahnya membantu menjembatani masyarakat luas yang memiliki jiwa kedermawanan dan kerelawanan dengan para penerima donasi (yatim dan dhu'afa) selalu berupaya mengembangkan dan meningkatkan kontribusinya. Yayasan Kreasi Bangun Semesta (YKBS), selanjutnya membentuk Komunitas Orang Muda Indonesia Depok (OMI) yang mewadahi para remaja yang memiliki banyak potensi guna mengakomodir kebutuhan remaja akan penyaluran kreatifitasnya.

Pembinaan yang dilakukan Komunitas Orang Muda Indonesia Depok terhadap para remaja yang utama adalah pembinaan dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial agar dapat meminimalisir bahkan menghilangkan dampak negatif dari media sosial. Potensi tersebut disalurkan melalui karya para remaja tersebut berupa konten-konten yang menjadi sarana promosi dan sosialisasi program dan kegiatan YKBS yang diantaranya membawa misi YKBS diantaranya adalah berdakwah yaitu mengajak lapisan masyarakat untuk berbuat kebaikan.

Konten-konten yang dibuat para remaja binaan Komunitas Orang Muda Indonesia Depok pada umumnya berisi tentang sosialisasi program yang dilaksanakan oleh YKBS. Sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi program yang sudah dan akan dilaksanakan oleh YKBS. Terkait hal tersebut maka informasi melalui konten-konten itu haruslah mampu memenuhi syarat yang bisa memuaskan masyarakat luas, misalnya harus cepat, akurat, informatif dan menarik sehingga masyarakat dapat banyak merasakan manfaat akan keberadaan YKBS di tengah-tengah kehidupan sosial mereka. Hadirnya Komunitas Orang Muda Indonesia Depok salah satunya bertujuan untuk membina para remaja agar mereka dapat mengenal baik dunia jejaring sosial/media sosial sehingga mereka akan mendapatkan informasi yang akurat bahwa media sosial tidak selalu berdampak negatif bagi para remaja.

Untuk melaksanakan program tersebut maka diperlukan sarana yang terkini salah satunya melalui media sosial. Adapun konten-konten yang dibuatpun diupayakan dibuat sebaik mungkin dan melibatkan sayap muda YKBS (dalam hal ini OMI) dalam pembuatannya. Keterlibatan OMI sebagai komunitas yang anggotanya remaja-remaja rekrutan YKBS bukan saja untuk kepentingan yayasan tetapi juga bertujuan agar para remaja tersebut bisa menyalurkan kreatifitasnya dalam bermedia sosial dan sekaligus mengoptimalkan pemanfaatan media sosial kepada hal-hal yang positif bagi kalangan remaja. Hal itulah yang juga diharapkan agar dampak negatif daripada penggunaan media sosial di kalangan remaja dapat dinetralisir atau bahkan dihilangkan.

Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat dibantah lagi, dan dunia digital sekarang seolah sudah menjadi tren masyarakat terkini. Meskipun teknologi digital sangat membantu dan meringankan para pemakainya (*user*) akan tetapi teknologi manual masih dibutuhkan dan tidak untuk ditinggalkan secara total. Dijelaskan bahwa jaringan komunikasi modern, khususnya internet, telah membuka jalan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat

manusia. Ini merupakan sesuatu yang tidak mudah pada masa lalu. Dahulu, demikian al-Qardhawi, kalau mau berdakwah, para ulama tak jarang menemui jalan tertutup, karena penguasa, para raja, tidak pernah membolehkan ada seorang da'i berdakwah di masyarakat untuk urusan yang tidak mereka kehendaki (Ismail, 2018).

Pada prinsipnya, berdakwah adalah amar ma'ruf (menyerukan kepada manusia semua perbuatan yang baik) dan nahi munkar (mencegah segala perbuatan keji yang mungkin dilakukan manusia) sebagaimana yang pernah dilakukan oleh rasul, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 104, yang artinya: *"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung."* Internet sebagai media baru, memiliki kekuatan yang amat dahsyat. Diakui, penetrasi komputer dan internet telah menembus sudut kehidupan manusia, tidak terkecuali budaya dan agama. Internet atau dalam istilah Shun Chen Tsai, "Komunikasi yang Dimediasi Komputer" (Computer Mediated Communication, CMCs), CMCs dapat digunakan untuk kepentingan agama.

Dalam memperluas dakwah, tidak ada salahnya kalau memanfaatkan teknologi internet yang telah berkembang pesat saat ini. Internet menjadi salah satu media paling efektif untuk menyalurkan bakat atau pemikiran karena internet digunakan dan diakses secara global seluruh manusia yang ada di muka bumi ini. Meskipun demikian, seseorang juga harus dapat bijak dalam menggunakan teknologi ini karena internet bak dua belah mata pisau yang dapat membentuk manusia berkepribadian positif dan juga sebaliknya apabila seseorang tidak bijak dalam menggunakannya maka dapat membentuk manusia-manusia berkepribadian negatif. Mari kita jadikan media internet sebagai sarana yang dapat mendukung wawasan kita, sehingga banyak hal-hal positif yang didapatkan dan dapat diamalkan kepada orang lain yang membutuhkan pengetahuan baik yang bersifat umum atau keagamaan.

Generasi milenial yang bergantung pada teknologi dan masif menggunakan laptop, iPad, smartphone, TV, dsb tiap harinya menjadikan media sosial sebagai bagian sangat penting dalam koneksi sosial. Mereka lebih banyak menghabiskan waktunya dalam sehari bersama perangkat teknologi digital dan beragam aplikasi daripada dengan teman atau anggota keluarga. Inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa komunitas atau grup keagamaan untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial, seperti facebook, twitter, whatsapp, Instagram atau telegram. Dakwah akan lebih menarik apabila melalui media sosial tetapi juga berpedoman pada konsep Islam *Rahmatan Lil Alamin*.

Generasi muda adalah penerus dan pengemban masa depan bangsa. Oleh karena itu harus dipersiapkan dengan baik sehingga mampu menerima dan melaksanakan tanggungjawabnya. Dalam era digital saat ini (masa 4.0) dimana segala informasi bergerak begitu cepat maka dibutuhkan manusia-manusia yang cekatan dan mampu mengimbangnya. Disinilah peran yang bisa diambil dan dimanfaatkan oleh remaja (generasi millennial). Kita memahami mereka lahir di era yang sekarang dimana pesatnya perkembangan teknologi tidak bisa dihindarkan lagi. Hal mana yang oleh generasi sebelumnya (era gen-X) tidak dengan mudah untuk bisa mengimbangnya.

Perkembangan yang demikian pesat itulah yang menuntut para penggiat kegiatan ekonomi dan sosial atau bidang apapun tidak bisa mengelak sehingga mau tidak mau harus bisa mengikutinya. Maka diambillah langkah yang dianggap perlu untuk mengatasi hal tersebut. Yayasan Kreasi Bangun Semesta (YKBS) pun memahami hal tersebut sebagai tantangan di era globalisasi ini. Dan mengingat adanya tanggungjawab moral terkait pembinaan generasi muda (millennial) yang notabene banyak yang sudah menguasai teknologi terkait media sosial dimana dampak negatifnya bisa dinetralisir dan mengoptimalkan dampak positifnya.. Berangkat dari hal tersebut maka YKBS merangkul para remaja tersebut untuk bergabung dalam wadah Orang Muda Indonesia (OMI).

Aktifitas dan kegiatan YKBS secara prinsip adalah mengajak kepada khalayak atau masyarakat luas untuk berbuat kebaikan melalui sarana lembaga sosial, hal ini sesuai dengan pemahaman atau esensi dakwah. Dalam kiprahnya tersebut ada beberapa hal yang menjadi dasar pemikiran :

1. Aktifitas dan kegiatan YKBS harus dapat dipublikasikan dengan baik kepada khalayak sehingga bisa mengajak mereka untuk lebih maksimal berkontribusi dalam hal kebaikan melalui kegiatan yayasan.
2. Dalam rangka memaksimalkan segala potensi yang ada baik SDM dan program kegiatannya, maka diperlukan peningkatan (up-grade) disamping memfasilitasi kegiatan remaja (dalam Komunitas OMI) agar lebih terkontrol dan lebih bermanfaat baik bagi remaja itu sendiri dan juga bagi kegiatan yayasan.
3. Dalam era digitalisasi ini sudah waktunya untuk mengembangkan dan melengkapi fasilitas dan daya dukung yayasan terkait perkembangan jaman yang semakin canggih, maka YKBS melibatkan OMI (Orang Muda Indonesia) dalam segala kegiatan dokumentasi dan publikasi yayasan dengan mengoptimalkan peran mereka melalui sarana media sosial sekaligus mengajak mereka dalam kegiatan “dakwah”.

Hal lain yang kita fahami, salah satu prinsip dakwah adalah dakwah bil hal adalah dakwah dengan perbuatan nyata dimana aktivitas dakwah dilakukan dengan melalui keteladanan dan tindakan amal nyata. Dakwah bil hal adalah dakwah yang mengedepankan perbuatan nyata. Hal ini dimaksudkan agar penerima dakwah (mad'u) mengikuti jejak dan hal ikhwal da'i (juru dakwah). Dakwah jenis ini mempunyai pengaruh yang besar pada penerima dakwah. Pada saat pertama kali Rasulullah Saw tiba di kota Madinah, beliau mencotohkan dakwah bil hal ini 36 dengan mendirikan Masjid Quba dan mempersatukan Kaum Anshor dan Kaum Muhajirin dalam ikatan ukhuwah Islamiah. Seiring perkembangan jaman kini metode dakwah bil hal dapat dikembangkan melalui kegiatan-kegiatan untuk saling tolong-menolong sesama umat manusia salah satunya adalah kegiatan amal. Seluruh kegiatan ini bisa dirangkum dan diinformasikan melalui media sosial.

Media sosial adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Perubahan tersebut

akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi dan kelembagaan (Nurudin, 2010). Pada dasarnya media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual, sehingga para pengguna bisa menyebarluaskan konten mereka sendiri (Zarella. 2010).

Peneliti melakukan penelitian di sekretariat Yayasan (YKBS) dan kantor OMI yang berlokasi di Jl. Meruyung Raya, Tupai Raya PGA No. 17, RT 0001/007, Meruyung, Kec. Limo, Kota Depok, Jawa Barat 16532. OMI singkatan dari Orang Muda Indonesia adalah organisasi sayap muda YKBS atau generasi penerus dan pendukung program kegiatan YKBS. OMI didirikan pada tgl 2 Februari 2020 berdasarkan Surat Ketetapan/Surat Keputusan Pembina YKBS / Pembina OMI. Keanggotaannya kurang lebih 120 dari remaja berusia 16 s/d 25 tahun (pelajar dan mahasiswa atau sederajat) yang tersebar di seluruh Indonesia (cabang-cabang YKBS) dan memiliki struktur organisasi seperti umumnya : Ketua OMI, Koordinator OMI, Sekretaris dan Bendahara serta departemen-departemen diangkat melalui SK Pembina OMI.

Dasar OMI dibentuk adalah berdasarkan pemikiran atas keberlangsungan kegiatan yayasan yang semakin menuntut peningkatan kualitas dan layanan kepada masyarakat pada umumnya dan kebutuhan akan sarana promosi, publikasi dan pertanggungjawaban kepada para donatur khususnya.

Seperti sudah difahami bahwa upaya dakwah merupakan usaha mengajak manusia kepada kebaikan, begitupun yang dilakukan YKBS dalam hal ini. YKBS mengupayakan berbagai sarana dan fasilitas guna memenuhi upaya dakwah tersebut. Upaya itupun dilakukan dengan berbagai cara namun masih bersifat konvensional, semisal dengan menyebar brosur, *flyer (leaflet)*, dan atau membuat proposal baik berupa informasi kegiatan yayasan ataupun permohonan kerjasama kegiatan yayasan.

Penulis mengemukakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini untuk mengkaji tentang keterkaitan, persamaan, perbedaan, kelebihan, dan kelemahan penelitian sebelumnya agar penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki kebaharuan permasalahan yang dikaji. *Pertama*, penelitian Reni Ferlitasari tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja, metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan objek penelitiannya adalah studi pada Rohis di SMA Perintis I Bandar Lampung. Menurutnya bahwa Media Sosial Instagram Memberikan Pengaruh kepada Remaja Rohis di SMA Perintis I Bandar Lampung dalam Perilaku Sehari-hari mereka dan sekaligus dapat diberdayakan sebagai cerminan nilai-nilai Keislaman, seperti beribadah kepada Allah, menghormati orangtua, tidak berlebihan dalam hal duniawi, peduli terhadap sesama, dan lain-lain. Adapun Persamaan penelitian Reni Ferlitasari dengan penelitian penulis, di mana beliau Reni tentang Perilaku Remaja. Sedangkan perbedaannya adalah memfokuskan penelitiannya pada siswa SMA, sedangkan fokus penelitian penulis meneliti remaja yang tergabung dalam OMI (Orang Muda Indonesia) Depok, yang tidak semuanya siswa SMA.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Alya Santika dkk pada tahun 2021 yang berjudul

Peran Pemuda Kreatif dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Perekonomian di Era Pandemi. Dalam penulisan karya ilmiah tersebut Alya dkk menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian dititikberatkan kepada kreativitas pemuda agar menjadi lebih mengerti dan memahami bagaimana menjadi pemuda yang kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan Media Sosial sebagai salah satu sarana peningkatan perekonomian di era Pandemi. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang Remaja/Pemuda. Sedangkan perbedaannya adalah bahwa penelitian ini difokuskan pada peningkatan perekonomian pemuda (PPP).

METODE

Metode dan pengumpulan data hasil dan pembahasan dalam penelitian kualitatif agak sulit untuk dibedakan dan dipisahkan, karena sifat dari informasi yang diperoleh, maka bagian hasil dan bagian pembahasan disatukan. Ada beberapa tahapan yang dilalui dalam penelitian ini, antara lain: observasi, yakni tahap awal sebelum peneliti memutuskan untuk mewawancarai seseorang atau informan, lalu melakukan observasi. dengan adanya observasi membuat peneliti lebih mengetahui objek, kondisi dan bagaimana proses munculnya faktor-faktor yang menjadi daya tarik masyarakat atas kegiatan dan program yayasan serta bagaimana para remaja mau bergabung dengan kegiatan yayasan; kuesioner, yaitu dalam penelitian ini dengan membagikan angket kepada remaja yang berkegiatan dalam ykbs melalui omi; dan wawancara. Sebelum melakukan penelitian yang lebih spesifik tentang efektifitas media sosial sebagai media promosi, dilakukan wawancara awal yang dilakukan pada pengurus dan relawan YKBS serta aktifis remaja OMI yang dijadikan responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Strategi Pengembangan SDM pada Panti Asuhan Ngawi Al-Munawwarah

Yayasan Kreasi Bangun Semesta (YKBS) adalah sebuah yayasan nonprofit yang aktifitasnya meliputi bidang sosial kemanusiaan, pendidikan non formal. YKBS merupakan organisasi mandiri yang bersifat terbuka secara lokal, nasional dan global. YKBS berbasis kerelawanan dan kederewanan masyarakat luas yang berempati dan bersimpati untuk terwujudnya perbaikan kehidupan masyarakat. YKBS terbentuk pada awalnya oleh beberapa orang personil dari berbagai profesi yang berkumpul untuk melakukan aktifitas di luar kegiatan rutin mereka. Latar belakang pendidikan, profesi dan asal daerah yang berbeda tidak menghalangi mereka untuk bergabung dalam kegiatan sosial secara spontan pada awalnya. Namun untuk lebih terorganisir dan lebih resmi serta untuk meningkatkan kontribusinya pada masyarakat maka komunitas tersebut ditingkatkan dengan legalitas resmi dengan wadah Yayasan Kreasi Bangun Semesta. Saat ini YKBS berkantor sekretariat di Ciruas Kabupaten Serang Banten dan berkantor operasional di Limo, Depok. Kepengurusan pusat (utama) berkordinasi di Depok dan Serang. Manajemen pusat YKBS tersusun atas pembina, pengawas dan pengurus yang didalamnya ada divisi-divisi. Sementara untuk cabang terdiri dari pengurus inti (ketua, sekretaris dan bendahara yang dibantu beberapa personil divisi). Kordinasi dan evaluasi berjalan secara teknis vertikal struktural dan secara fungsional terkait

pelaksanaan kegiatan program.

Dalam aktifitas dan kegiatannya, YKBS selalu melibatkan berbagai kalangan baik perorangan, kelompok masyarakat dan perusahaan-perusahaan swasta serta pemerintah dalam mensukseskan program-program yang sudah dicanangkan. Keterlibatannya tersebut berupa kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan yang direncanakan secara bersama. YKBS berupaya terus mengembangkan dan menyempurnakan aktifitas dan kegiatannya dengan program-program yang direncanakan sesuai visi dan misi yayasan. Kegiatan dan aktifitas yayasan tidak terbatas di bidang sosial dan kemanusiaan serta pendidikan namun juga berupaya untuk peduli pada upaya pelestarian lingkungan hidup.

Menyadari bahwa apa yang diupayakan tidak akan maksimal tanpa melibatkan masyarakat luas dari berbagai kalangan yang diajak untuk bersama-sama berkontribusi menjawab seluruh program yang kami rencanakan. Untuk itu YKBS selalu berupaya bekerjasama dengan segala pihak yang concern atas upaya kami tersebut. Segenap civitas YKBS yakin bahwa pengelolaan seluruh sumber daya baik manusia dan alam serta kelengkapan yang dimiliki akan dimaksimalkan pemanfaatannya bagi kepentingan yang tersimpul dalam motto “berbagi dan peduli sesama”.

Dalam perkembangannya YKBS pun sudah membuka cabang di beberapa daerah di seluruh Indonesia di antaranya Lampung, Kalimantan dan Sulawesi. Dari sekian daerah terbentuk 16 cabang dalam kegiatan Rumah Belajar yang membina anak-anak yatim dan dhuafa’ di sekitar lingkungan sekretariat Rumah Belajar YKBS Cabang di masing-masing daerah. Sejauh ini, data anak-anak yatim binaan sudah ada sekitar 700 yatim-dhuafa binaan di berbagai cabang. Selanjutnya, atas masukan dari beberapa cabang berdasar keinginan wali dan kerabat anak binaan yang menghendaki adanya kegiatan belajar yang terpusat dan bisa menampung para yatim-dhuafa binaan maka YKBS saat ini sedang membangun sarana pendidikan berasrama dengan nama Pondok Yatim terpadu Gunung Sari (PYT GS). Pembangunan sarana pendidikan tersebut berada di atas lahan wakaf seluas 5,2 hektar di daerah Serang, Banten. Pembangunan PYT GS tersebut saat ini menjadi proyek utama YKBS. Sarana dan prasarana pembangunan juga meliputi pembangunan dan pengembangan pertanian, peternakan dan perikanan serta pengembangan kemampuan (skill) peserta didik sebagai bekal mereka nantinya. Selain itu dengan semakin banyak yatim-dhuafa’ binaan di berbagai daerah maka dikehendaki bagi pengurus cabang untuk selalu berkordinasi ke pusat terkait evaluasi dan sosialisasi program pusat yang dilaksanakan di daerah. Untuk itu pun diperlukan fasilitas, sarana dan prasarana penunjang yang memadai termasuk diantaranya fasilitas penunjang sarana publikasi dan promosi di daerah masing-masing. Fasilitas tersebut berupa teknologi digital dan pemanfaatan media elektronik dan internet. Sehingga dibutuhkan pula SDM yang mumpuni untuk menguasainya, maka dibentuklah OMI cabang di setiap Rumah Belajar.

Sejarah Orang Muda Indonesia

OMI singkatan dari Orang Muda Indonesia adalah organisasi sayap muda YKBS atau generasi penerus dan pendukung program kegiatan YKBS. OMI didirikan pada tgl 2 Februari 2020 berdasarkan Surat Ketetapan/Surat Keputusan Pembina YKBS/Pembina OMI.

Keanggotaanya kurang lebih 120 dari remaja berusia 16 s/d 25 thn (pelajar dan mahasiswa atau sederajat) yang tersebar di seluruh Indonesia (cabang-cabang YKBS) dan memiliki struktur organisasi seperti umumnya : Ketua OMI, Koordinator OMI, Sekretaris dan Bendahara serta departemen-departemen diangkat melalui SK Pembina OMI. Mengapa OMI dibentuk? Adalah dasar pemikiran atas keberlangsungan kegiatan yayasan yang semakin menuntut peningkatan kualitas dan layanan kepada masyarakat pada umumnya dan kebutuhan akan sarana promosi, publikasi dan pertanggungjawaban kepada para donatur khususnya.

Seperti sudah difahami bahwa upaya dakwah merupakan usaha mengajak manusia kepada kebaikan, begitupun yang dilakukan YKBS dalam hal ini. YKBS mengupayakan berbagai sarana dan fasilitas guna memenuhi upaya dakwah tersebut. Upaya itupun dilakukan dengan berbagai cara namun masih bersifat konvensional, semisal dengan menyebar brosur, flyer (leaflet), dan atau membuat proposal baik berupa informasi kegiatan yayasan ataupun permohonan kerjasama kegiatan yayasan. Cara yang ditempuh YKBS itu dari pada awalnya sudahpun dilakukan dengan upaya maksimal namun hasil yang diharapkan belumlah maksimal seperti yang diharapkan. Terjadi beberapa kendala seperti terlambatnya informasi terkait kegiatan yayasan yang harus segera dipublish. Dari hal tersebutlah teretus ide untuk memaksimalkan upaya tersebut dengan alih teknologi dari yang konvensional menuju yang lebih ‘melek’ teknologi. Langkah yang ditempuh yaitu dengan mengawali dengan membuat akun YKBS di internet dengan media sosial yang ada seperti You Tube, Facebook dan Instagram. Dengan memasuki era digital teknologi dan masuk ke era media sosial yang dipersyaratkan ada tantangan tersendiri yang harus dihadapi oleh YKBS, yaitu Sumber daya manusia yang belum seluruhnya siap dan sanggup untuk menggunakan segala fasilitas yang ada. YKBS menyadari bahwa tidak seluruh relawan mampu menggunakan fasilitas teknologi tersebut maka ditempuh cara sosialisasi dan pembelajaran singkat dan menyeluruh bagi para relawan dan pengurus YKBS. Seiring kebutuhan dan tuntutan serta perkembangan teknologi yang semakin kompleks pada akhirnya tidak bisa diimbangi oleh SDM yang kurang siap dan atau bahkan ‘gaptek’ pada awalnya sehingga semakin tertinggal. Dengan kondisi tersebut Manajemen Pusat YKBS terus berpikir dan berupaya agar kesenjangan antara SDM dan teknologi media sosial bisa tidak terlalu jauh. Intinya, teknologi yang mumpuni harus digunakan dan SDM tetap bisa beraktifitas dan memanfaatkan teknologi tersebut.

Di titik itulah dirasa perlu membuat fasilitator yang mampu menjembatani antara kebutuhan YKBS terkait publikasi dan informasi yang berdasar media sosial dengan SDM yang masih belum mampu mengejar ketertinggalannya atas teknologi informasi khususnya media sosial. Dengan tidak menghilangkan peran SDM terdahulu dengan semangat kerelawannya dan menghubungkaitkan dengan peran orang-orang yang mampu menjawab tantangan teknologi tersebut. Untuk itulah dibentuk sayap muda YKBS yang terdiri dari para generasi muda ataupun para remaja anak-anak dari pengurus, relawan dan segenap kontributor YKBS. Para anak muda tersebut dibentuk dan dikumpulkan dalam sebuah forum yang dinamakan Orang Muda Indonesia – YKBS.

Sama dipahami bahwa selain dasar pembentukan OMI seperti terurai diatas, juga didasari atas keinginan untuk menampung aspirasi para orang tua eksponen YKBS terhadap aktifitas dan kegiatan para generasi muda YKBS untuk mereka dapat beraktifitas atau punya kegiatan yang lebih bermanfaat bagi dirinya dan YKBS dan masyarakat pada umumnya. Pada akhirnya disepakati untuk membina dan mengarahkan serta menampung anak-anak muda YKBS dengan memberikan kegiatan yang berguna bagi mereka melalui Orang Muda Indonesia.

Pada perkembangannya peran Orang Muda Indonesi (OMI) lebih diarahkan untuk membantu kegiatan YKBS, utamanya penguasaan teknologi informasi melalui pemanfaatan media sosial sebagai usaha dakwah YKBS. Berbagai upayapun dilakukan dari mulai memahami kesadaran akan pentingnya memanfaatkan waktu muda dengan sebaik-baiknya sampai memfasilitasi mereka dengan fasilitas pendukung kegiatan media sosial. Tidak lupa pun dengan memberikan tantangan berupa program kegiatan yang dirancang bersama-sama dengan manajemen YKBS dan seluruh jajaran YKBS Cabang. Dari uraian di atas dapatlah disimpulkan sementara dan menjadi harapan para orang tua khususnya bahwa anak-anak mereka punya kegiatan yang bermanfaat dan untuk YKBS pada akhirnya bisa mendapat jalan keluar dari permasalahan penguasaan teknologi khususnya media sosial dalam mensupport kegiatan Yayasan.

Generasi muda adalah penerus dan pengemban masa depan bangsa. Oleh karena itu harus dipersiapkan dengan baik sehingga mampu menerima dan melaksanakan tanggungjawabnya. Dalam era digital saat ini (masa 4.0) dimana segala informasi bergerak begitu cepat maka dibutuhkan manusia-manusia yang cekatan dan mampu mengimbangnya. Disinilah peran yang bisa diambil dan dimanfaatkan oleh remaja (generasi millenial). Kita memahami mereka lahir di era yang sekarang dimana pesatnya perkembangan teknologi tidak bisa dihindarkan lagi. Hal mana yang oleh generasi sebelumnya (era gen-X) tidak dengan mudah untuk bisa mengimbangnya.

Perkembangan yang demikian pesat itulah yang menuntut para penggiat kegiatan ekonomi dan sosial atau bidang apapun tidak bisa mengelak sehingga mau tidak mau harus bisa mengikutinya. Maka diambillah langkah yang dianggap perlu untuk mengatasi hal tersebut. Yayasan Kreasi Bangun Semesta (YKBS) pun memahami hal tersebut sebagai tantangan di era globalisasi ini. Dan mengingat adanya tanggungjawab moral terkait pembinaan generasi muda (millenial) yang notabene banyak yang sudah menguasai teknologi terkait media sosial dimana dampak negatifnya bisa dinetralisir dan dampak positifnya dioptimalkan.

Berangkat dari hal tersebut maka YKBS membentuk Komunitas Orang Muda Indonesia dan merangkul para remaja untuk bergabung dalam wadah Orang Muda Indonesia (OMI) tersebut.

Aktifitas dan kegiatan YKBS secara prinsip adalah mengajak kepada khalayak atau masyarakat luas untuk berbuat kebaikan melalui sarana lembaga sosial, hal ini sesuai dengan pemahaman atau esensi dakwah. Dalam kiprhnya tersebut ada beberapa hal yang menjadi dasar pemikiran, diantaranya adalah aktifitas dan kegiatan YKBS harus dapat dipublikasikan

dengan baik kepada khalayak sehingga bisa mengajak mereka untuk lebih maksimal berkontribusi dalam hal kebaikan melalui kegiatan yayasan.

Dalam rangka memaksimalkan segala potensi yang ada baik SDM dan program kegiatannya, maka diperlukan peningkatan (upgrade) disamping memfasilitasi kegiatan remaja (dalam Komunitas OMI) agar lebih terkontrol dan lebih bermanfaat baik bagi remaja itu sendiri dan juga bagi kegiatan yayasan.

Dalam era digitalisasi ini sudah waktunya untuk mengembangkan dan melengkapi fasilitas dan daya dukung yayasan terkait perkembangan jaman yang semakin canggih. Untuk itu YKBS melibatkan OMI (Orang Muda Indonesia) dalam segala kegiatan dokumentasi dan publikasi yayasan dengan mengoptimalkan peran mereka melalui sarana media sosial sekaligus mengajak mereka dalam kegiatan “dakwah”.

Komunitas Orang Muda Indonesia Depok melakukan pembinaan kepada para remaja yang bergabung di dalamnya dalam memanfaatkan media media sosial agar berdampak positif dan bernilai dakwah bagi masyarakat di sekitar yayasan YKBS khususnya dan masyarakat yang lebih luas pada umumnya. Di dalam wadah OMI inilah para generasi muda dapat berkontribusi pada kegiatan sosial dan dakwah melalui program-program YKBS. Program-program YKBS tersebut dituangkan dalam bentuk konten-konten (promosi kegiatan dan pertanggungjawaban) oleh OMI dengan menggunakan media sosial. Di sinilah bisa kita lihat hubungan yang berkualitas (symbiosis mutualisme) yang saling menguntungkan antara YKBS dan OMI dengan visi dan misinya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pengurus YKBS dan civitas Orang Muda Indonesia (OMI) didapati kesimpulan sementara bahwa terbentuknya OMI memang dirasa diperlukan sebagai sayap muda YKBS. Atas dasar pertimbangan bahwa generasi muda YKBS harus bisa diarahkan kepada kegiatan yang bermanfaat bagi dirinya dan sekaligus bermanfaat bagi perjalanan kegiatan yayasan (YKBS). Keinginan tersebut sangat disambut baik oleh para orang tua sehingga mereka bersemangat dan mendukung upaya tersebut.

Selanjutnya untuk lebih mengikat, anggota OMI diberikan tanggungjawab untuk mengelola sebagian kegiatan YKBS yang berkaitan publikasi dan promosi dan beberapa kegiatan rutin seperti belajar dan mengajar anak-anak yatim-dhuafa binaan. Untuk itu manajemen YKBS menyiapkan sarana dan prasarana fasilitas penunjangnya. Fasilitas tersebut berupa perlengkapan pendukung untuk kegiatan pembuatan konten dan perangkat lainnya yang berhubungan dengan internet dan media sosial (*tools* dan *software*-nya). Dengan adanya pemenuhan kelengkapan tersebut menjadi salah satu daya tarik dan tantangan tersendiri bagi anggota OMI untuk mengembangkan potensinya. Dunia digital saat ini sudah lekat dengan aktifitas harian anak muda sehingga dengan fakta tersebut dimungkinkan bisa saja terjadi bahwa pemanfaatan media sosial akan berdampak yang kurang baik kalau tidak diarahkan.

Media sosial adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Perubahan tersebut

akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi dan kelembagaan. Pada dasarnya media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi baru yang ada di internet, dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk sebuah jaringan di dunia virtual, sehingga para pengguna bisa menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Untuk itulah komunitas OMI dibentuk sebagai kontrol dan track atau jalur pengembangan potensi yang ada pada generasi muda khususnya anggota OMI. Di samping pemenuhan sarana dan prasarana pendukung tersebut, pengurus dan anggota OMI pun dibekali dengan pemahaman dan keilmuan tentang leadership atau kepemimpinan serta keorganisasian. Sasarannya adalah agar setiap individu OMI akan mampu mengembangkan potensi dirinya dalam hal kepemimpinan dan memahami bagaimana hidup dengan keterikatan terhadap aturan yang menjadi kesepakatan dalam organisasi. Dimana hal itu pula yang sangat dibutuhkan bagi hidupnya kelak di lingkungan masyarakat dan kehidupan berbangsa. Mereka diberikan amanah berupa jabatan struktural dan tanggungjawab pada tugas serta kewajiban yang diberikan kepadanya.

Dalam pemanfaatannya media sosial yang digunakan OMI adalah Facebook, Instagram, Youtube, Website dan Tiktok. Pada praktiknya Facebook dimanfaatkan fasilitas iklannya melalui Facebook Ads) dengan target segmentasi yang terukur. Dengan pola tersebut, publikasi dari kegiatan program YKBS dapat tersampaikan dan tersebar kepada segmentasi yang lebih jelas dan terukur karena bisa diperoleh pula respon mereka terhadap publikasi yang disampaikan. Segmentasi tersebut dapat diatur berdasarkan profesi, kelompok usia dan komunitas tertentu yang menjadi target promosi/publikasi.

Untuk website promosi tentang YKBS bersifat informasi secara umum terkait profil yayasan. Dari sana dimungkinkan bisa menarik keingintahuan para netizen tentang YKBS. Lain lagi halnya dengan Instagram dan Tiktok dimana personil OMI khususnya konten kreator dapat secara aktif mengekspos kemampuan publikasinya dengan sarana audio visual dan video, darinya dapat pula digali potensi OMI dalam hal menyampaikan narasi dan talenta mereka dalam berakting, menyusun script dan cinematography. Semua aktifitas tersebut dapatlah secara maksimal diupayakan oleh OMI dibandingkan oleh para relawan senior, di samping penguasaan teknologinya yang lebih mumpuni.

Dalam upayanya untuk pengembangan dakwah YKBS yang selama ini dilakukan dengan cara yang konvensional (tatap muka dalam setiap kegiatan) dan tidak tersebar nya kegiatan YKBS secara luas kepada masyarakat umum maka dengan media sosial (tersebut di atas) dalam upaya pengembangan dakwah YKBS memiliki warna tersendiri dan jangkauannya lebih luas lagi. Sehingga promosi dan publikasi kegiatan YKBS dapat tersebar meliputi segala lapisan masyarakat. Kemudian pada akhirnya menjadi tantangan tersendiri bagi YKBS untuk lebih meningkatkan kualitas kegiatannya dan kontribusinya kepada masyarakat luas. Hal inilah yang menjadi hasil dari upaya YKBS melibatkan OMI dalam perannya meningkatkan kualitas dakwah YKBS. Adapun targetnya adalah tersampainya pesan kepada masyarakat luas dan mengajak mereka untuk turut serta berkontribusi aktif

dalam upaya berbagi kepada sesama dengan perbuatan baik (dakwah bil hal) bersama YKBS.

Peran Komunitas Orang Muda Indonesia Depok dalam Pengembangan Dakwah Melalui Media Sosial di Yayasan (YKBS)

Media sosial dimana tempat dan waktu yang dimana saja dilakukan untuk berdakwah dan menangkap semua khalayak dan memiliki massa yang banyak, dapat memperluas jangkauan berdakwah. Peran OMI sangat membantu para relawan YKBS dalam pengembangan strategi promosi kepada para donatur dan khalayak masyarakat melalui penguasaan teknik aplikasi media sosial. Keberadaan OMI menjadi bagian dalam perjalanan YKBS menuju kesejahteraan bersama. Kebersamaan OMI dan YKBS sudah berjalan dua tahun.

Berdasarkan hasil temuan dilapangan peran kepemudaan terhadap berdakwah melalui media sosial yang lebih positif dalam pelaksanaannya, peneliti melihat ada beberapa peran yang dilakukan pemuda Orang Muda Indonesia terhadap dakwah melalui media sosial YKBS, yaitu:

1. Peranan nyata (*Anacted Role*). Adanya peranan ini yang ada di Orang Muda Indonesia adalah upaya yang dilakukan YKBS dalam menggerakkan aktivitas kepemudaan. Dalam hal ini pengkaderan kepada OMI yang sama difahami sebagai generasi muda untuk menerima tugas dan tanggungjawab yang lebih nyata. Bentuk tanggungjawabnya adalah sebagai pelaksana kegiatan YKBS berupa kegiatan promosi dan publikasi kegiatan yayasan melalui pemanfaatan media sosial.
2. Peranan yang dianjurkan (*Prescribed Role*). Orang Muda Indonesia sebagai sayap muda YKBS juga sangat berperan aktif dalam rangka mengajak generasi muda lainnya untuk juga peduli kepada sesama melalui kegiatan sosial yang diprogramkan YKBS. Sasaran mereka adalah anak-anak muda yang masih belum menyadari bahwa pemanfaatan media sosial bukan hanya untuk sarana hiburan saja tetapi juga digunakan untuk menyebarkan ajakan kebaikan diantara mereka.
3. Konflik peranan (*Role Conflick*). Secara umum konflik peranan ini dapat terjadi apabila seseorang atau kelompok terhalang upayanya dalam mencapai tujuannya. Hal ini dapat disebabkan karena perbedaan paham terhadap tujuan itu sendiri, nilai-nilai. Pembentukan OMI disadari bukan tanpa adanya halangan, karena disaat anak muda pada umumnya hidup dan aktifitasnya secara bebas (dalam mengekspresikan jati dirinya) dan disaat itu pula anggota OMI juga dituntut untuk mengikatkan diri dengan tugas dan tanggungjawab sosial dan struktural. Hal mana sangat disadari manajemen YKBS bahwa kegiatan mereka di OMI tidaklah sertamerta menghilangkan dunia remaja, justru pada akhirnya membawa warna tersendiri bagi YKBS dalam menjalankan program kegiatannya. Misalkan pada mulanya kegiatan-kegiatan YKBS dimotori oleh para pengurus dan relawan dengan karekeristik yang agak sedikit statis dan monoton, maka dengan kehadiran OMI dengan nuansa mudanya mampu menghadirkan suasana yang lebih dinamis dan bisa lebih diterima oleh masyarakat pada umumnya.
4. Kesenjangan peranan (*Role Distance*). Ada beberapa karakteristik media massa (media sosial), yaitu: pertama, bersifat melembaga. Artinya pihak yang mengelola media terdiri

dari banyak orang, yaitu mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai kepada penyajian informasi. Dalam hal ini OMI membagi tugas kepada pengurus dan anggotanya dalam tanggungjawab tersebut. Beberapa bagian yang terbentuk seperti konten kreator, copy writer, admin dan customer service yang tergabung dalam divisi-divisi. Kedua, bersifat satu arah. Artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Hal ini pun disadari maka produk konten yang dihasilkan haruslah bersifat informatif, edukatif dan motivatif. OMI pun menghasilkan produk konten berupa karya cetak (banner, flyer, brosur) dan proposal kegiatan YKBS dan juga dalam bentuk audio visual/video yang dipublikasikan melalui media sosial yang ada. Kalau seandainya terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda dan ini bisa diantisipasi dengan mengaktifkan customer service. Ketiga, meluas dan serempak. Artinya dapat mengatasi rintangan dan jarak, karena ia memiliki kecepatan.

5. Kegagalan peran (*Role Failure*). Selama ini konten yang disukai oleh masyarakat adalah narasi-narasi yang berbau perdebatan, kontroversi yang menelurkan makhluk bernama bullying. Produk-produk konten yang dibuat OMI pada umumnya memuat tentang kehidupan nyata sehari-hari khususnya yang menyoroti kehidupan sosial dan kemanusiaan. Misalnya kesenjangan sosial dimana ada sebagian anak-anak tidak bisa mengenyam pendidikan yang layak baik formil maupun non formil. Maka kegiatan OMI salah satunya secara nyata adalah mengadakan pembelajaran secara aktif di rumah-belajar YKBS pusat maupun cabang. Saat dimana kebanyakan generasi muda kurang peduli dengan kondisi tersebut maka disinilah peran OMI dalam kegiatan YKBS untuk menjadi contoh bagi generasi muda pada umumnya.
6. Model Peranan (*Role Model*). Banyaknya konten kajian keislaman telah menjadi tren yang menghiasi media sosial. Kendati demikian, tren keagamaan di media sosial lebih tampak pada penyebaran isu-isu keagamaan ketimbang pesan agama. Imbasnya, banyak pemuda yang terpapar oleh virus islamisme. Upaya dakwah yang dilakukan YKBS melalui pemberdayaan Orang Muda Indonesia bertujuan agar OMI menjadi role model bagi anak muda lain seusianya dalam menjalani kehidupan di masa mudanya. Kehidupan yang lebih bermanfaat bagi orang banyak yang merupakan bagian dari upaya dakwah bil hal. Tentu ini berdasarkan nilai-nilai kemanusiaan dan berkehidupan sosial yang baik dan bisa diterima masyarakat.
7. Rangkaian atau lingkup peranan (*Role Set*). Di era 4.0 ini, kita dapat memakai berbagai sarana untuk berdakwah. Melalui medium teknologi, kita dapat melakukan dakwah di ranah media sosial. Sejalan dengan hal tersebutlah maka aktifitas dan kegiatan OMI didasari atas tanggungjawab dirinya sebagai generasi penerus. Kaderisasi tersebut pun telah diupayakan YKBS melalui kegiatan OMI yang terstruktur dan bisa dipertanggungjawabkan. Karena bagaimanapun pada akhirnya peralihan kepengurusan YKBS akan sangat tergantung dari keberhasilan kaderisasi yang diupayakan pada komunitas OMI sehingga YKBS akan selalu mampu mengikuti perkembangan jaman.

Upaya Yang Dilakukan Oleh Komunitas Orang Muda Indonesia Depok Dalam Pengembangan Dakwah Melalui Media Sosial

OMI dipercayai pihak yayasan untuk mengatur media sosial, seperti Instagram, YouTube, dan website. Konten-konten yang dibuat menjadi warna baru untuk meningkatkan interest donatur di media sosial komunitas, contohnya pembuatan video santunan, Jumat berkah, Ramadan berbagi, kurban, dan aqiqah yang dikemas menggunakan narasi atau penyampaian ucapan doa yang disatukan dengan animasi dalam tiktok, gif atau lagu-lagu anak jaman sekarang, disertai voice over yang mumpuni seperti iklan-iklan TV. Kemudian, membuat foto-foto kreatif seperti kata-kata mutiara islami yang disatukan dengan foto-foto anak yatim saat acara maulid nabi, isra mi'raj atau seiring dengan peringatan hari-hari penting yang sedang terjadi.

Upaya ini memberikan dampak positif untuk komunitas dalam donasi, sosial interaksi, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap komunitas Yayasan sebagai laporan pertanggung jawaban kegiatan yang sudah dilaksanakan.

1. Koordinasi dengan Pengurus YKBS. Dalam perencanaan kegiatan dan pelaksanaannya terutama jika ada event yang akan digelar seperti santunan, kegiatan vaksin massal, donor darah, atau kegiatan rutin Rumah Belajar seperti mengajar anak-anak, dan lainnya.
2. Mentransformasikan beberapa ide. Sejalan dengan zaman yang terus berkembang maka penggunaan teknologi masa kini menjadi suatu keharusan. Dengan menggunakan digital marketing yang dilakukan OMI pekerjaannya menjadi efektif dibanding dengan cara konvensional. Dengan digital marketing, kendala tersebut bisa diminimalisir sehingga jangkauannya bisa lebih banyak dan lebih luas serta lebih spesifik target sasaran yang dibidik terkait upaya sosial.
3. OMI melakukan kegiatan peliputan kegiatan secara harian, lalu hasil liputan (produk konten) ini disebarkan melalui media sosial.
4. Perwakilan YKBS dalam pertemuan dengan pihak perusahaan swasta maupun instansi pemerintah. OMI juga dilibatkan kepada kegiatan-kegiatan sosialisasi yang dilakukan YKBS dalam upayanya menjalin kerjasama dengan pihak pemerintah dan Lembaga-lembaga swasta untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan program YKBS.
5. Melaksanakan evaluasi bulanan, pekanan dan harian, sebagai sarana meningkatkan etos kerja dan kedisiplinan anggota OMI akan pertanggungjawaban kerja yang dilakukan pada pelaksanaan kegiatannya.

KESIMPULAN

Orang Muda Indonesia sangat berperan dalam pengembangan aktifitas kegiatan YKBS (kegiatan dakwah seperti santunan anak yatim dan lain lain) utamanya dalam bidang promosi dan publikasi kegia. Semakin banyak menggunakan media untuk menyebarluaskan dakwah maka jangkauannya akan semakin luas, hal ini di yakini oleh OMI dan civitas YKBS bahwa penggunaan media sosial mempunyai kekuatan yang sangat luar biasa karena tersebarnya konten yang di buat khususnya dalam kegiatan dakwah yaitu mengajak masyarakat untuk ikut berkontribusi dalam kegiatan YKBS.

Orang Muda Indonesia terus berusaha dan berupaya setiap saat untuk menyajikan konten-konten yang berkualitas, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima sesuai dengan niat awal. Peningkatan kualitas promosi dan publikasi tersebut ditunjang dengan fasilitas yang memadai berupa perangkat keras dan lunak yang secara teknis yang harus dikuasai oleh Orang Muda Indonesia. Peran OMI sangat membantu para pengurus dan relawan YKBS dalam upaya pengembangan strategi promosi kepada para donatur dan khalayak masyarakat melalui penguasaan teknik aplikasi media sosial. Disamping upaya tersebut OMI juga berupaya meningkatkan potensi dirinya dalam hal kepemimpinan dengan kegiatan-kegiatan internal dengan merekrut anak-anak muda baik di keluarga besar YKBS dan juga di lingkungannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Imron Rosyidi, "Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian," Jurnal Madania 5, no. 1 (2015): 75–91.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Munir, Wahyu Ilaihi, 2012, Manajemen Dakwah, Jakarta, Prenada Media Group
- Sukiman, 2012, Pengembangan Media Pembelajaran, Yogyakarta, PT Pustaka Insan Madani
- Syamsir, Torang, 2014, Organisasi dan Manajemen (Perilaku, Struktur Budaya & Perubahan (Organisasi), Bandung, Alfabeta
- Roni Tobroni, 2014, Komunikasi Politik Pada Era Multimedia, Bandung, Simbiosis Rekatama Media
- Ilyas Ismail, 2018, The True Da'wa, Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial, Jakarta, Prenada Media Group
- Welhendri Azwar, Muliono, 2020, Sosiologi Dakwah, Jakarta, Prenada Media Group
- Muhammad Rijal Fadli, 2018, Memahami metode penelitian kualitatif. Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta
- Sidiq, U., & Choiri, M, 2019, Metode penelitian kualitatif di bidang Pendidikan. CV Nata Karya
- Iryana, and Risky Kawasati, 'Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif Di STAIN Sorong', Jurnal Metode Penelitian, 2019, 20 <<https://osf.io/cy9de/download/?format=pdf>>
- Istiqomah, Istiqomah, and Irsad Andriyanto, 'Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Kaliputu Kudus)', BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 2018, 363 <<https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>>
- Putra, Y D, and A Sobandi, 'Pengembangan Sumber Daya Manusia Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja', Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran, 2019, 127–33
- Reventiary, Avian, and Mahir Pradana, 'Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia)',
Jurnal Manajemen, 2016
<[https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen/article/download/196/190/#:~:text=](https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen/article/download/196/190/#:~:text=Menurut%20Sugiyono%20(2011%20%3A%2080),dipelajari%20dan%20kemudian%20ditarik%20kesimpulannya.)
Menurut Sugiyono (2011 %3A 80),dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.>

Taufiqurokhman, Manajemen Strategik, ed. by Ipank (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016)

UNICEF, 'COVID-19, 'krisis Global Terbesar Yang Dialami Anak Dalam 75 Tahun Sejarah Kami', UNICEF, 2021 <<https://www.unicef.org/indonesia/id/press-releases/covid-19-krisis-global-terbesar-yang-dialami-anak-dalam-75-tahun-sejarah-kami-unicef>>

Wahidah, Nihayatul, 'Strategi Pengembangan Panti Asuhan Yatim Piatu Ar-Rodiyah, Tembalangsemarang Jawa Tengah (Tinjauan Analisis Swot Kualitatif)', UIN Kalijaga Yogyakarta, 2015 <[https://www.google.com/search?q=Strategi+](https://www.google.com/search?q=Strategi+pengembangan+panti+asuhan+yatim+piatu+ar-rodiyah%2C+tembalangsemarang+jawa+tengah+(tinjauan+analisis+swot+kualitatif)+skripsi%2C+nihayatul+wahidah.&oeq=strate&aqs=chrome.69i59l3j69i57j0i433i512l5j0i512.5106j0j15&s)
pengembangan+panti+asuhan+yatim+piatu+ar-rodiyah%2C+tembalangsemarang+jawa
+tengah+(tinjauan+analisis+swot+kualitatif)+skripsi%2C+nihayatul+wahidah.&oeq=strate
e&aqs=chrome.0.69i59l3j69i57j0i433i512l5j0i512.5106j0j15&s>

Wijoyo, H, Suryanti, Anita R Rakhmaatullah, and Dkk, Dampak Pandemi Terhadap Kehidupan Manusia Ditinjau Dari Berbagai Aspek, Penerbit Insan Cendekia Mandiri (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021)
<[https://www.researchgate.net/profile/Hadion-](https://www.researchgate.net/profile/Hadion-Wijoyo/publication/349834032_Dampak_Pandemi_terhadap_Kehidupan_Manusia/links/60431b6da6fdcc9c78164765/Dampak-Pandemi-terhadap-Kehidupan-Manusia.pdf#page=80)
Wijoyo/publication/349834032_Dampak_Pandemi_terhadap_Kehidupan_Manusia/link
s/60431b6da6fdcc9c78164765/Dampak-Pandemi-terhadap-Kehidupan-
Manusia.pdf#page=80>