

ABSTRACT

Kartin Shindy Prajnajati, 2020, *Survey of Consumption Patterns of Meaningful Da'wah Speech Content Among Students of IAIN Tulungagung*, Thesis, Supervisor: Luthfi Ulfa Ni'amah, M.Kom.I

Keywords: Consumption Pattern, Da'wah content, Hate Speech, YouTube

In the era of the industrial revolution 4.0 not only gave birth to advanced technology with contemporary designs, or social media with slick and functional application features, but also formed a pattern of consumption and communication across generations, especially young people. From this phenomenon attracted the attention of researchers to see the consumption patterns of Tulungagung IAIN students in using YouTube. As the largest database, YouTube has become a popular social media application. Through a quantitative research methodology in this study, 97.2% of IAIN Tulungagung students use YouTube every day to search for information, and 88.5% of them have ever been engaged in preaching content to meet spiritual needs. But it is unfortunate, the fact that the propaganda content circulating on YouTube some of which are indicated contain hate speech against groups, races, figures, or religious sects. The rise of da'wah content that uses hate speech is the basis of researchers' concerns given the consumption patterns of students of IAIN Tulungagung in using YouTube as a medium for searching propaganda content is very high. From the survey results it was also found that 72.8% of students from various faculties and departments at IAIN Tulungagung were able to identify hate speeches in a da'wah content. The fact is students more often find propaganda content in the form of religious lectures. With the results of the survey in the period January to April 2020 also found propaganda content containing hate speech circulating on Youtube. In response to the phenomenon of hate speech in a da'wah content of students of IAIN Tulungagung 49.8% had blocked and reported the content on YouTube. The tendency of da'wah content using hate speech is limited to giving birth to students' perceptions that da'wah content is vulnerable to hate speech which mostly comes from freedom of opinion. In addition to these perceptions through interviews to strengthen data, students also feel that the surrounding environment can make students easy to act and form perceptions of what they receive. In other words, the maximization of social media and the surrounding environment has an important role in shaping consumption patterns, perceptions to one's actions in dealing with hate speech that can spread through all types of information.

ABSTRAK

Kartin Shindy Prajnajati, 2020, Survey Pola Konsumsi Konten Dakwah Bermakna *Hate Speech* Di Kalangan Mahasiswa IAIN Tulungagung, Skripsi, Pembimbing : Luthfi Ulfa Ni'amah, M.Kom.I

Kata Kunci : Pola Konsumsi, Konten dakwah, Hate Speech, YouTube

Pada era revolusi industri 4.0 tidak hanya melahirkan teknologi canggih dengan desain yang kekinian, ataupun media sosial dengan fitur aplikasi yang apik dan fungsional, namun juga membentuk suatu pola konsumsi dan komunikasi pada lintas generasi terutama kaum muda. Dari Fenomena tersebut menarik perhatian peneliti untuk melihat pola konsumsi mahasiswa IAIN Tulungagung dalam menggunakan YouTube. Sebagai *database* terbesar YouTube menjadi sebuah aplikasi media sosial yang populer saat ini. Melalui metodologi penelitian secara kuantitatif pada penelitian ini, menunjukkan sebanyak 97,2% mahasiswa IAIN Tulungagung menggunakan YouTube setiap harinya untuk mencari informasi-informasi, dan 88,5% di antaranya pernah mencari konten dakwah untuk memenuhi kebutuhan rohani. Namun sangat disayangkan, faktanya konten-konten dakwah yang beredar di YouTube beberapa diantaranya terindikasi mengandung *hate speech* terhadap golongan, ras, tokoh, ataupun aliran agama. Maraknya konten dakwah yang bermakna *hate speech* menjadi hal yang mendasari kekhawatiran peneliti mengingat pola konsumsi mahasiswa IAIN Tulungagung dalam menggunakan YouTube sebagai media untuk mencari konten dakwah sangatlah tinggi. Dari hasil survei juga ditemukan bahwa 72,8% mahasiswa dari berbagai fakultas dan jurusan di IAIN Tulungagung ini mampu mengidentifikasi *hate speech* dalam suatu konten dakwah. Faktanya mahasiswa lebih sering menemukan konten dakwah dalam bentuk ceramah agama. Dengan hasil survei tersebut dalam kurun waktu Januari sampai dengan April 2020 juga ditemukan konten dakwah yang mengandung *hate speech* beredar di Youtube. Dalam menanggapi fenomena *hate speech* pada suatu konten dakwah mahasiswa IAIN Tulungagung 49,8% pernah melakukan pemblokiran dan pelaporan konten tersebut pada pihak YouTube. Kecenderungan konten dakwah bermakna *hate speech* sebatas melahirkan persepsi mahasiswa bahwa konten dakwah rentan terhadap *hate speech* yang sebagian besar berasal dari kebebasan dalam berpendapat. Selain persepsi tersebut melalui wawancara untuk memperkuat data, mahasiswa juga merasa bahwa lingkungan sekitar bisa membuat mahasiswa mudah untuk bertindak dan membentuk persepsi terhadap apa yang mereka terima. Dengan kata lain bahwa pemaksimalan media sosial dan juga lingkungan sekitar memiliki peran yang penting dalam membentuk pola konsumsi, persepsi sampai dengan tindakan seseorang dalam menghadapi *hate speech* yang dapat menyebar melalui segala jenis informasi.

ملخص

كارتين شيندي برجناجاتي ، 2020 ، مسح استهلاك نمط المحتوى الهادف خطاب الكراهية للدعوة بين طلاب بالجامعة الاسلامية الحكومية تولونج اجونج ، أطروحة ، المشرف الاستاذة لطفى الفانعة

الكلمات المفتاحية: نمط الاستهلاك ، محتوى الدعوة ، خطاب الكراهية ، يوتيوب

في عصر الثورة الصناعية 4.0 ، لم تولد فقط التكنولوجيا المتقدمة ذات التصميم المعاصرة ، أو وسائل التواصل الاجتماعي مع ميزات التطبيق البارع والوظيفية ، ولكنها شكلت أيضًا نمطًا من الاستهلاك والتواصل عبر الأجيال ، خاصة الشباب. من هذه الظاهرة ، جذب انتباه الباحثين لرؤية أنماط استهلاك طلاب بالجامعة الاسلامية الحكومية تولونج اجونج في استخدام يوتيوب كأكثر قاعدة بيانات ، أصبح يوتيوب تطبيقًا شعبيًا لوسائل التواصل الاجتماعي. من خلال منهجية البحث الكمي في هذه الدراسة ، يستخدم 97.2٪ من طلاب الجامعة الاسلامية الحكومية تولونج اجونج موقع يوتيوب كل يوم للبحث عن المعلومات ، وقد شارك 88.5٪ منهم في محتوى الوعظ لتلبية الاحتياجات الروحية. لكن من المؤسف للغاية ، حقيقة أن محتوى الدعاية الذي يتم تداوله على موقع يوتيوب وبعضها موضح يحتوي على خطاب كراهية ضد الجماعات أو الأجناس أو الشخصيات أو الطوائف الدينية. إن ارتفاع محتوى الدعوة الذي يستخدم الكلام الذي يحض على الكراهية هو أساس مخاوف الباحثين نظرًا لأن أنماط استهلاك طلاب بالجامعة الاسلامية الحكومية تولونج اجونج في استخدام يوتيوب كوسيلة للبحث عن محتوى الدعاية مرتفع للغاية. من نتائج الاستطلاع وجد أن 72.8٪ من الطلاب من مختلف الكليات والتخصصات في الجامعة الاسلامية الحكومية تولونج اجونج كانوا قادرين على تحديد خطابات الكراهية في محتوى الدعوة. والحقيقة هي أن الطلاب غالبًا ما يجدون محتوى دعاية في شكل محاضرات دينية. مع نتائج الاستطلاع في الفترة من يناير إلى أبريل 2020 ، وجدت أيضًا محتوى دعاية يحتوي على خطاب الكراهية المنتشر على يوتيوب ردًا على ظاهرة الكلام الذي يحض على الكراهية في محتوى الدعوة لدى طلاب بالجامعة الاسلامية الحكومية تولونج اجونج قام 49.8٪ بمنع وإبلاغ المحتوى على

موقع يوتيوب. إن ميل محتوى الدعوة باستخدام الكلام الذي يحض على الكراهية يقتصر على ولادة تصورات الطلاب بأن محتوى الدعوة عرضة لخطاب الكراهية الذي يأتي في الغالب من حرية الرأي. بالإضافة إلى هذه التصورات من خلال المقابلات لتعزيز البيانات ، يشعر الطلاب أيضًا أن البيئة المحيطة يمكن أن تجعل الطلاب من السهل التصرف وتشكيل تصورات لما يتلقونه. وبعبارة أخرى ، فإن تعظيم وسائل التواصل الاجتماعي والبيئة المحيطة لها دور مهم في تشكيل أنماط الاستهلاك ، والتصورات لأفعال المرء في التعامل مع خطاب الكراهية الذي يمكن أن ينتشر عبر جميع أنواع المعلومات.