

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah memudahkan proses komunikasi dan mencari data informasi melalui internet. Oleh karena itu, internet menjadi suatu keperluan penting dalam hidup bermasyarakat. Tiap tahunnya, terjadi peningkatan pengguna internet di Indonesia secara signifikan. Berdasarkan data yang terdapat pada *website* Data Reportal, penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 212,9 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 (reportal D. , 2023).

Secara pengertian internet merupakan (*Inter-Network*) sebutan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Hal ini juga dikemukakan oleh (Clark, 2018) internet dapat diartikan sebagai fasilitas komunikasi yang dirancang untuk dihubungkan ke dalam komputer hingga dapat bertukar informasi secara digital.

Pemanfaatan atas perkembangan internet ternyata melibatkan beberapa aspek dalam kehidupan seperti aspek ekonomi, pariwisata, kemasyarakatan, hingga menyentuh aspek religius seperti aktivitas dakwah. Menurut Syekh Ali mahfud Aktivitas dakwah merupakan bagian terpenting dalam agama islam, hal ini karena dalam ajaran dakwah terdapat seruan untuk manusia melakukan kebaikan sebagai sarana penangkal kejahatan untuk hidup bahagia di dunia dan akhirat (Aziz, 2004).

Berkat perkembangan internet yang kian pesat, hal ini juga berdampak pada beragamnya jenis media sosial. Media sosial telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat, mulai dari berbagi informasi, berbelanja dan berjualan.

Hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menunjukkan banyak pengguna internet yang menggunakannya untuk mengakses media sosial (APJII, 2020).

Berikut ragam media sosial yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia seperti Whatsapp, Instagram, Twitter, Youtube, dan Tiktok. Pada penelitian ini peneliti lebih fokus menggunakan media sosial Tiktok, hal ini karena aplikasi Tiktok saat ini tengah digandrungi oleh masyarakat Indonesia sebagai sarana hiburan dan pertukaran informasi. Menurut survey data reportal, aplikasi Tiktok menduduki peringkat kesembilan dalam daftar aplikasi yang sering diakses masyarakat Indonesia. Dengan pengguna Tiktok di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 109,9 juta pengguna pada awal tahun 2023 (reportal d. , 2023).

Pada september 2016, China resmi meluncurkan aplikasi jejaring sosial sekaligus platform media musik yang bernama Tiktok. Tiktok merupakan aplikasi spesial effect unik dengan fitur video berdurasi 15 detik, 30 detik, hingga 3 menit (Palupi, 2021). Video pendek dengan hasil menarik yang telah diunggah membuat *for your page* (FYP) kepada pengikutnya, sehingga memberikan kesan kepuasan tersendiri dan akhirnya mendorong kreativitas menjadi *conten creator*.

Berkat aplikasi Tiktok yang kini banyak digunakan, tak jarang *platform* tersebut menjadi peluang bagi seorang pemuka agama dalam menyebarkan pesannya terkhusus dalam hal keagamaan. Adanya perkembangan dakwah yang memanfaatkan media sosial Tiktok ini, juga turut dimanfaatkan para *da'i* dalam menyebarkan agama islam. Alasan inilah yang kemudian menarik dan dijadikan acuan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai media sosial Tiktok. Menurut pengertiannya dakwah merupakan sarana komunikasi antara *da'i* dengan *mad'u* yang memberikan pesan keagamaan berupa *amar ma'ruf nahi munkar*.

Hal ini juga sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al Qur'an Surah Ali-Imran 104 yang berbunyi :

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang *ma'ruf*, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

Adapun proses berlangsungnya dakwah juga harus memenuhi unsur-unsur dakwah hal ini meliputi, dalam berdakwah perlu seorang dai (subyek dakwah), mad'u (sasaran dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode dalam berdakwah), dan atsar (efek dakwah). Kriteria proses dakwah yang berhasil dapat dilihat dari saling terhubungnya unsur dakwah diatas, terutamanya pada metode dakwah yang digunakan dan media dakwah yang dimanfaatkan. Pada era perkembangan dan perubahan saat ini juga berpengaruh pada penyampaian ajaran dakwah kepada masyarakat, misalnya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi.

Dakwah tidak hanya dilakukan di dunia nyata, namun juga bisa dikembangkan ke dunia virtual dengan cara memanfaatkan media sosial. Menurut (Hakiki, 2016) inovasi baru dalam internet sangat berpengaruh untuk dimanfaatkan dalam menyebarkan ajaran dakwah, perlunya para pemeluk islam belajar mengenai teknologi dan informasi agar hal ini dapat diterapkan dengan memanfaatkan media sosial Tiktok.

Adanya perkembangan teknologi saat ini menyuguhkan berbagai konten teknologi pada media massa, yang cara mengaksesnya dapat melalui *smartphone*. Menurut (Hanika, 2015) penyebaran informasi yang menggunakan *smartphone* telah menjadi bagian penting oleh negara di Asia, hal ini dibuktikan dengan penggunaannya terbesar di dunia. Keterkaitan antara *smartphone* dan internet merupakan suatu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, utamanya pada kalangan anak muda yang sangat aktif bermedia sosial.

Beragamnya media komunikasi *cyber* memungkinkan terbentuknya Jaringan komunikasi yang dapat diakses tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. (Sulianta, 2015).

Kemunculan aplikasi Tiktok yang kini tengah ramai digunakan, tentu menjadi peluang untuk sebagian organisasi kemasyarakatan (ormas), khususnya ormas islam dalam menyebarkan pesan keagamaan. Adapun ormas islam yang ada di Indonesia berdasarkan data dari kemenag tahun 2023 yang ditulis oleh (Nasar, 2023) terdapat ormas yang memiliki jaringan luas di Indonesia seperti Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Sarekat Islam, Persatuan Islam (Persis), Darud Dakwah, dan masih banyak lagi yang berperan penting dalam menyebarkan ajaran islam melalui beberapa strategi. Salah satunya ormas Nahdlatul ‘Ulama, ormas ini menyebarkan ajaran dakwah dengan memanfaatkan teknologi masa kini yakni berdakwah melalui media sosial. Ormas Nahdlatul ‘Ulama resmi meluncurkan media sosial Tiktok dengan nama @nu\_online yang rilis pada Juli 2022. Keikutsertaan ormas ini dalam memanfaatkan teknologi diharapkan agar inovasi dakwah baru lebih mudah dan cepat diterima masyarakat dan dapat berperan signifikan dalam kelangsungan dakwah di era digital. Alasan peneliti menggunakan ormas Nahdlatul ‘Ulama sebagai objek penelitiannya adalah ormas ini memiliki anggota terbesar di dunia, dan konten yang dihasilkan juga dirujuk dari sumber yang berkompeten dalam bidangnya. serta menyajikan informasi keagamaan dengan berlandaskan *ahlussunnah wal jamaah*.

Akun Tiktok @nu\_online pada tahun 2024 ini memiliki pengikut kurang lebih sebanyak 498,9K dengan 8,4M suka. Postingan yang dibagikan juga memiliki tema yang beragam seperti petuah kyai atau ‘ulama, seputar kesehatan, doa & amalan, kelas haid, quotes, tutorial ibadah, suara musimah, 1 menit NU, sholawat, seri belajar Al Qur’an, dan seputar idul adha. Peneliti memfokuskan pembahasan pada topik konten suara muslimah. Alasan peneliti memilih topik ini karena, berdasarkan jumlah episodenya terbanyak diantara topik konten lainnya.

Konten suara muslimah dalam Tiktok nu\_online memiliki episode sebanyak 54 dengan pembicaranya seorang tokoh ‘ulama wanita dan tentu fokus tema yang dibahas mengenai permasalahan yang sering dialami oleh wanita. Tak sampai disitu konten suara muslimah juga memberikan pandangan islam mengenai trend atau gaya hidup wanita di era globalisasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah Nu online ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah Nu online.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman kita tentang komunikasi dalam media sosial dan kegamaan.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa atau civitas akademika yang lain.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan bagi para peneliti sebagai pertimbangan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai analisis media siber terhadap fenomena dakwah pada akun @nu\_online.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan serta dorongan bagi para praktisi dakwah. Termasuk akun yang ingin menggunakan media TikTok sebagai sarana dakwah.

## **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian berperan aktif sebagai sarana yang digunakan peneliti dalam menjelaskan secara rinci masalah yang akan diteliti. Sehingga hasil dari penelitian tersebut dapat dipaparkan secara menyeluruh oleh peneliti dan data yang dihasilkan lengkap, logis dan

sistematis. (Nandiastuti, 2020). Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan judul Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis MediaSiber Pada Akun Tiktok @Nu\_Online. Menurut Bogdan dan Taylor, sebagai halnya yang dikutip oleh Lexy J. Moelong, penelitian kualitatif ialah penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa tulisan atau lisan dari hasil perilaku yang diamati. Peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dan kemudian menganalisis data tersebut untuk menarik kesimpulan deskriptif mengenai apa yang telah diteliti.

### **1.5.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2013, hal 205) metode kualitatif ini dapat digunakan dalam meneliti kondisi obyek yang sifatnya alamiah dan peneliti menjadi instrumen kunci.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif analisis yaitu metode pengukuran yang cermat mengenai fenomena sosial tertentu. Pada penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah Nu online. Penelitian ini menggunakan teori analisis media siber menurut Dr. Rulli Nasrullah. Menurut (Nasrullah, 2014) analisis media siber terbagi atas 4 tingkatan level yakni sebagai berikut level ruang media (*media space*), level dokumen media (*media archive*), level objek media (*media object*), dan level pengalaman media (*experiential stories*). Peneliti menggunakan pilihan pendekatan kualitatif dengan teori analisis media siber karena untuk mengungkap secara mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

### **1.5.2 Partisipan Penelitian**

#### **A. Partisipan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti memerlukan partisipan untuk memperoleh data yang akan dibutuhkan. Partisipan yang terlibat

pada penelitian ini ialah admin akun Tiktok @nu\_online yaitu Saiful Amar.

#### B. Teknik Pemilihan Partisipan

Dalam pemilihan admin akun Tiktok @nu\_online sebagai partisipan pada penelitian ini, menggunakan teknik pemilihan partisipan secara strategis dan disengaja.

Hal ini dilakukan karena admin akun Tiktok @nu\_online memiliki peran yang signifikan dalam pengelolaan akun dan pembuatan konten. Pada penelitian ini berfokus pada analisis media siber pada konten suara muslimah di akun Tiktok @nu\_online.

### **1.5.3 Prosedur Penelitian**

Berikut langkah pertama dalam penelitian ini, dilaksanakan dengan menghubungi admin media sosial Tiktok nu\_online untuk melakukan perizinan penelitian terhadap pemanfaatan Tiktok sebagai media dakwah nu\_online. Kemudian melakukan wawancara secara daring dengan admin Tiktok nu\_online mengenai pemanfaatan media sosial Tiktok. Selanjutnya memantau akun Tiktok @nu\_online untuk melihat postingan video yang telah dibagikan, khususnya pada topik konten suara muslimah. Langkah terakhir menganalisa video dalam konten suara muslimah sesuai dengan teori media siber.

### **1.5.4 Teknik dan Pengumpulan Instrumen Data**

#### 1.5.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diambil melalui penelitian lapangan dan menggunakan analisis kualitatif. Hal ini untuk memperoleh data dan informasi yang akurat, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut :

##### 1. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengamati media sosial tiktok sebagai sarana dalam menyebarkan ajaran dakwah pada akun @nu\_online). Dalam proses observasi ini peneliti juga mencatat

bagaimana pemanfaatan media siber sebagai sarana berdakwah pada akun @nu\_online.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik tanya jawab dan berupaya mengumpulkan data yang akurat. Data yang dikumpulkan ini nantinya digunakan untuk memecahkan masalah tertentu sesuai dengan data. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai secara online admin akun Tiktok @nu\_online.

## 3. Dokumentasi

Menurut (Arikunto, 2002) dokumentasi merupakan langkah untuk melakukan penelusuran data yang diperlukan baik mengenai data penelitian baik dalam bentuk pencatatan, majalah, media rapat, dan lain-lain. Peneliti menggunakan fitur *screenshot/capture* untuk penelitian ini, hal ini berguna dalam dokumentasi postingan yang dimuat pada Tiktok @nu\_online berguna untuk objek penelitian.

### 1.5.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif ini perlu menggunakan metode pencatatan data di lokasi atau lapangan yang dikumpulkan hasil perolehan pengamatan, wawancara, dan dokumentasi sehingga peneliti dapat menjelaskan penelitiannya dengan optimal. Melakukan analisis data/ observasi meliputi pemilihan bagian penting yang akan disajikan bergantung pada tujuan peneliti. Analisis data dalam penelitian kualitatif berarti analisis deskriptif yang diawali dengan mengelompokkan data yang ada, yang selanjutnya dilakukan analisa untuk mengerti pentingnya keterkaitan antara aspek satu dengan yang lain.

Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis media siber, menurut (Nasrullah, 2014) analisis ini sering digunakan untuk menganalisa budaya atau kecenderungan internet di tingkat mikro dan makro yang didalamnya membutuhkan unit analisis. Analisis media siber juga mampu mendefinisikan komunitas tertentu di internet yang memiliki tingkatan

levelnya, level ruang media (*media space*), level dokumen media (*media archive*), level objek media (*media object*), dan level pengalaman media (*experiential stories*) dengan menggabungkan lokasi penelitian baik dilakukan secara *offline* maupun *online*.