

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi yang pesat di era globalisasi menjadikan media memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Media tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, melainkan juga sebagai sarana komunikasi dan hiburan yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, media digital memegang peran strategis, khususnya dalam mendukung aktivitas dakwah yang selama ini identik dengan metode tradisional.

Dakwah sebagai kegiatan penyampaian ajaran Islam mengalami perubahan paradigma seiring dengan perkembangan zaman. Jika dahulu dakwah lebih banyak dilakukan secara langsung di masjid, majelis taklim, atau forum-forum terbatas, kini dakwah telah merambah ke ruang digital. Media digital seperti internet, media sosial, dan berbagai aplikasi komunikasi telah membuka ruang baru bagi para dai dan daiyah untuk menyampaikan nilai-nilai keagamaan secara lebih efektif dan efisien. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran pendekatan dan strategi dakwah yang menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat digital yang semakin melek teknologi.

Dalam konteks Indonesia, penggunaan media digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi semata, tetapi juga sebagai media untuk memperkuat identitas keislaman masyarakat. Banyak konten keagamaan

yang tersebar luas melalui platform media sosial, menunjukkan bahwa media digital kini menjadi bagian integral dalam kehidupan keagamaan masyarakat Muslim. Dakwah digital kini lebih variatif, responsif terhadap isu-isu kontemporer, serta mampu menjangkau *audiens* yang lebih luas, terutama generasi muda.¹

Pada masa lalu, kegiatan dakwah umumnya dilakukan oleh kaum laki-laki, baik di mimbar masjid, forum keagamaan, maupun di media keislaman lainnya. Dakwah sering dianggap sebagai tanggung jawab utama laki-laki karena berkaitan dengan posisi mereka sebagai pemimpin dalam masyarakat. Namun, seiring perkembangan zaman dan meningkatnya kesadaran akan kesetaraan gender, pandangan tersebut mulai bergeser. Perempuan kini juga memiliki ruang dan peran yang sama dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman, termasuk melalui media digital. Dakwah tidak lagi menjadi domain eksklusif laki-laki, melainkan menjadi ladang amal yang terbuka luas bagi siapa pun yang memiliki kapasitas dan komitmen untuk menyebarkan ajaran Islam, termasuk perempuan.

Salah satu aspek penting dalam perkembangan dakwah digital adalah keterlibatan penceramah perempuan. Perempuan memiliki keunikan tersendiri dalam berkomunikasi. Mereka cenderung menggunakan bahasa yang lebih empatik dan penuh perhatian, yang memungkinkan terjadinya kedekatan emosional dengan audiens. Dalam komunikasi, perempuan

¹ Muhammad Yusuf, “Digital Dakwah: Transformation of Islamic Preaching in Indonesia,” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 32, no. 1 (2016): 313–325.

sering mengekspresikan kehangatan dan kepedulian melalui mimik wajah, bahasa tubuh, serta intonasi suara yang bersahabat. Gaya komunikasi ini sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, khususnya kepada khalayak yang lebih membutuhkan pendekatan personal.² Hal ini sejalan dengan temuan penelitian oleh Kadri dan Ismail, yang menyatakan bahwa gaya komunikasi penceramah perempuan yang sopan, penuh kasih sayang, dan mudah dipahami dapat meningkatkan kualitas dakwah dalam keluarga dan masyarakat.³

Gaya komunikasi empatik dan naratif yang digunakan oleh penceramah perempuan juga didukung oleh teori komunikasi gender yang dikembangkan oleh Deborah Tannen. Dalam bukunya *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*, Tannen menjelaskan bahwa perempuan cenderung menggunakan "*rapport talk*", yaitu gaya komunikasi yang berorientasi pada hubungan emosional dan empati, sementara laki-laki lebih cenderung menggunakan "*report talk*", yang fokus pada penyampaian informasi dan pencapaian status. Pendekatan "*rapport talk*" ini memungkinkan penceramah perempuan untuk membangun koneksi yang lebih dalam dengan audiens, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan lebih efektif dan menyentuh hati pendengar.⁴

² Haryati, *Konstruktivisme Bias Gender dalam Media Massa* (Bandung: Citra Manusia Dalam Media, 2012).

³ A. M. Kadri and K. N. Ismail, "Expression Style of Woman Preacher Towards Their Family," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 10, no. 6 (2020): 670–679.

⁴ Deborah Tannen, *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation* (New York: Ballantine Books, 1990).

Dalam era digital saat ini, peran penceramah perempuan semakin menonjol seiring dengan kemajuan media sosial. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan sebagai sarana dakwah adalah TikTok. Platform ini dikenal luas karena kemudahan penggunaannya serta kemampuannya menjangkau audiens secara masif dan cepat. TikTok memungkinkan penceramah untuk menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk visual dan audio secara menarik, ringkas, dan interaktif.

Berdasarkan data tahun 2024, TikTok merupakan platform media sosial terpopuler kedua di Kabupaten Tulungagung di kalangan usia 17 hingga 25 tahun, dengan persentase pengguna sebesar 8,38%. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar dalam menjangkau generasi muda sebagai target utama dakwah digital.⁵

Di era digital saat ini, semakin banyak penceramah wanita yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, termasuk platform TikTok yang memiliki jangkauan luas terutama di kalangan generasi muda. Tokoh-tokoh seperti Ustadzah Mumpuni Handayayekti, Ustadzah Oki Setiana Dewi, hingga Ustadzah Halimah Alaydrus turut hadir menyampaikan pesan-pesan keagamaan melalui konten singkat yang dikemas secara menarik dan interaktif. Mereka menggunakan gaya komunikasi yang variatif, mulai dari yang lembut, menenangkan, hingga

⁵ Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, *Hasil Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Masyarakat Tulungagung Tahun 2024* (Tulungagung: LP2M UIN SATU, 2024).

yang inspiratif, untuk menjangkau beragam lapisan masyarakat.⁶ Di antara para penceramah tersebut, salah satu yang menonjol dalam memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah adalah Ning Umi Laila.

Salah satu penceramah wanita yang berhasil memanfaatkan TikTok sebagai media dakwah adalah Ning Umi Laila. Beliau dikenal karena gaya dakwahnya yang ramah namun tegas, serta kemampuannya dalam membahas isu-isu kontemporer yang relevan dengan kehidupan remaja dan masyarakat umum. Ning Umi Laila juga piawai memadukan elemen visual dan audio, termasuk penggunaan ekspresi wajah, gerak tubuh, serta gaya bicara yang menarik, sehingga pesan-pesan dakwahnya mudah diterima oleh berbagai kalangan.

Pendekatan Ning Umi Laila melalui TikTok tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menjawab tantangan sosial dan budaya yang sedang berkembang di masyarakat. Ia sering kali menyisipkan nilai-nilai moral, budaya lokal, serta cerita keseharian yang membuat kontennya *relatable* dan disukai banyak orang, khususnya generasi muda. Melalui konten-kontennya, Ning Umi Laila menunjukkan bahwa dakwah tidak harus dilakukan secara kaku atau formal.

Dengan pendekatan yang menyentuh dan humanis, ia mampu menjadikan TikTok sebagai platform dakwah yang menyenangkan namun tetap bermakna. Keberhasilannya membangun komunikasi yang efektif di

⁶ Nurhayati, Desi. "Peran Media Sosial dalam Menyebarluaskan Dakwah Islam di Kalangan Milenial." *Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 12, no. 1, 2023, 45–57.

media sosial menjadi bukti bahwa perempuan juga memiliki peran penting dalam pengembangan dakwah digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana gaya komunikasi penceramah wanita, khususnya Ning Umi Laila, dalam menyampaikan dakwah melalui platform TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru terkait peran perempuan dalam dakwah digital serta kontribusinya terhadap penyebaran nilai-nilai Islam di era globalisasi

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Gaya Komunikasi Penceramah Wanita Di Era Digitalisasi. Studi Tokoh: Ning Umi Laila Dalam Media Sosial TikTok”**.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Setelah menjabarkan latar belakang masalah dalam penelitian, penulis mampu memberikan fokus dan pertanyaan yang dapat diuraikan dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana strategi penyampaian dakwah yang digunakan oleh Ning Umi Laila di platform TikTok?
2. Bagaimana bentuk respon dan interaksi audiens terhadap gaya komunikasi dakwah Ning Umi Laila di TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian di atas, maka penulis mampu mencantumkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi yang digunakan oleh Ning Umi Laila dalam berkomunikasi melalui media sosial TikTok untuk mempengaruhi audiens, terutama dalam hal penyampaian pesan dakwah atau inspirasional.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk respon dan interaksi audiens terhadap gaya komunikasi dakwah Ning Umi Laila di TikTok.

D. Kegunaan Penelitian

Kajian praktik komunikasi perempuan di era digitalisasi berdasarkan analisis Ning Umi Laila terhadap media sosial TikTok memiliki implikasi teoritis dan praktis yang penting. Berikut beberapa manfaatnya:

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini dapat memperluas literatur tentang komunikasi digital, khususnya dalam konteks inspirasi dan dialog. Selain itu, penelitian ini dapat membantu perkembangan teori komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana komunikasi berubah di era digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis dalam menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan inspiratif atau dakwah. Temuan penelitian dapat membantu meningkatkan

efektivitas komunikasi perempuan di era digital sehingga pesan lebih mudah dipahami dan diingat oleh pendengar. Inspirasi untuk penelitian lebih lanjut: penelitian ini dapat menjadi inspirasi untuk penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan media sosial dalam komunikasi langsung dan inspiratif.

E. Penegasan Istilah

Mengenai pembahasan ini, penulis ingin menjelaskan lebih dan menegaskan beberapa istilah yang nanti akan tertulis atau terdapat pada penulisan skripsi ini. Hal ini bertujuan untuk semakin mempermudah pembaca dalam memahami dan mencerna dengan jelas dan pemahaman yang baik akan beberapa istilah yang dikemukakan oleh penulis.

1. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah cara seseorang dalam berkomunikasi yang memberikan petunjuk kepada orang lain tentang bagaimana suatu pesan sebaiknya dipahami. Gaya ini tidak hanya memengaruhi isi pesan, tetapi juga memengaruhi cara penyampaiannya, yang pada akhirnya berdampak pada bagaimana pesan tersebut ditafsirkan oleh penerima.⁷

2. Dakwah Digital

Dakwah digital adalah aktivitas menyampaikan ajaran Islam melalui media digital dan teknologi informasi, seperti media sosial, situs web, aplikasi, atau platform video daring. Dakwah ini memanfaatkan

⁷ M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 1996), 482.

perkembangan teknologi sebagai sarana untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Tujuan utamanya tetap sama, yaitu menyebarkan nilai-nilai Islam dengan cara yang relevan dan sesuai dengan konteks zaman.⁸

3. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, audio, maupun video. Media sosial memfasilitasi terbentuknya jejaring sosial secara daring, yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk saling terhubung tanpa batasan ruang dan waktu.⁹

4. Penceramah Wanita

Penceramah wanita adalah seorang perempuan yang memiliki pengetahuan keagamaan dan kemampuan komunikasi untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat melalui ceramah, pengajian, atau media dakwah lainnya. Perannya tidak hanya sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga sebagai figur panutan yang dapat memberikan pengaruh positif dalam kehidupan sosial dan spiritual umat.¹⁰

⁸ Ibid, 482.

⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015), 11.

¹⁰ Tadkiroatun Musfiroh, "Peran Penceramah Perempuan dalam Dakwah Islam di Era Modern," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 45–56.