

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tren penggunaan internet di dunia semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini berdasarkan hasil survei internet Indonesia Tahun 2021-2022 (Q1) dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa ada penambahan penggunaan internet dan perubahan perilaku berinternet di Tanah Air. Berdasarkan survey terbaru itu, pengguna internet di Indonesia berjumlah 210 juta orang dari total jumlah penduduk Indonesia tahun 2021 sebanyak 272 juta jiwa. (<https://dataindonesia.id> diakses pada 23 Juli 2023, pukul 15:13 WITA).

Fenomena transformasi masyarakat konsumen media tradisional menuju media digital muncul sebagai efek dari perkembangan teknologi. Berbagai kebutuhan dapat diakses dengan mudah melalui teknologi diantaranya kebutuhan akan informasi dan komunikasi. Salah satu bentuk baru dalam berkomunikasi yang ditawarkan dalam dunia internet adalah media sosial. Media sosial merupakan media *online* sebagai tempat pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Sehingga dapat dipahami bahwa media sosial adalah sebuah *platform* yang memudahkan manusia dalam berkomunikasi, berkreasi dan terhubung dengan dunia luar. Dengan adanya media social semua akan dimudahkan, informasi akan menyebar dengan cepat dan lebih efisien. Namun tidak hanya memberikan manfaat baik media sosial juga dapat memberikan efek buruk. Baik bila digunakan untuk pembelajaran informasi dan buruk bila digunakan untuk hal yang berbau pornografi, informasi kekerasan dan lain-lainnya yang negatif.

Dengan peluang kemudahan diakses dan banyaknya efek buruk media sosial yang tidak dapat dibendung dimanfaatkan ustaz/ ustazah dan pengguna untuk berdakwah sebagai salah satu jalan mencegah kemungkaran. Di dalam Al-Qur'an terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar berdakwah, seperti yang terdapat pada firman Allah SWT pada QS. Al-Nahl/16:125 sebagai berikut:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”. (Departemen Agama RI, 2009: 281).

Dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran agama Islam dalam semua lapangan kehidupan. (Hasan, 2013). Dalam dakwah sendiri terdapat beberapa unsur yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah, di antaranya yaitu *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *maddah* (materi dakwah), *thariqah* (metode dakwah), *wasilah* (media dakwah) dan *atsar* (efek dakwah). (Saputra, 2012). Di antara semua unsur-unsur dakwah materi dakwah menjadi penghubung komunikasi dai kepada *mad'u*. Materi dakwah (*maddah*) adalah isi pesan atau materi yang disampaikan dai pada *mad'u* atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah (Al-Qur'an) maupun Sunnah Rasul-Nya.

Dakwah melalui media social merupakan suatu inovasi terbaru dalam menyebarkan agama Islam, dan tentunya akan memudahkan para dai dalam

menyebarkan pesan dakwahnya. Pengguna media social sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengimbangi dan memperluas cakrawala dakwah. Kesempatan yang dimaksud adalah bagaimana ustaz/ ustazah dan orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media social tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah. Karena pada dasarnya orang-orang pada masa kini lebih tertarik dengan sesuatu yang instan, fleksibel dan baru, dari pada dakwah dengan menggunakan tablig yang sering kali orang-orang mengabaikannya atau menganggapnya remeh dan tidak secara kondusif, jadi media social bias dikatakan solusi untuk pengembangan dakwah sebagai media dakwah masa kini.

Salah satu media sosial yang digunakan dai dalam berdakwah saat ini adalah aplikasi Tik Tok. Aplikasi yang sedang populer dikalangan remaja dan diminati banyak orang karena Tik Tok merupakan salah satu media sosial yang disebut dengan media berbagi (*sharing*), dimana media social memfasilitasi penggunaanya untuk berbagai media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya, Tik Tok dilengkapi dengan fitur-fitur mendukung di dalamnya seperti foto, video dan *caption* atau tulisan sebagai pendukung alat informasi. Sehingga memudahkan penggunaanya untuk membuat dan mengakses berbagai macam konten, seperti konten hiburan, belanja online, kesehatan, dan pendidikan di manapun berada selama ada jaringan internet. Sayangnya popularitas Tik Tok tidak hanya membawa dampak positif saja tetapi membawa dampak negatif juga yang tidak kalah mudah untuk diakses, hal ini disebabkan oleh kurangnya konsep diri dari individu itu sendiri, misalnya dalam penggunaan baju yang *sexy* dan joget dengan goyangan yang erotis dan tidak pantas untuk dilakukan, ironisnya banyak

penggunanya terutama remaja yang mencoba untuk mengikuti hal tersebut, ini dilakukan untuk menjadi pusat perhatian kemudian menjadi viral. Hal ini dimanfaatkan para dai sebagai media membagikan pesan dakwahnya melalui Tik Tok. Dakwah melalui media social merupakan suatu inovasi yang terus berkembang hingga saat ini. Tuntutan zaman yang terus maju memberikan tantangan bagi dai untuk melakukan inovasi memanfaatkan kemudahan yang diberikan teknologi.

Salah satu akun dakwah yang terdapat pada Tik Tok adalah @Okisetianadewi\_Official. @Okisetianadewi\_Official merupakan akun khusus dakwah yang digagas Ustazah Oki Setiana Dewi. Berdasarkan informasi yang tertera akun tersebut dibuat sejak 03 Januari 2021. Terhitung pada tanggal 12 Oktober 2022, pukul 11:19 WITA *followers* beliau telah mencapai 1,7 M (juta) dengan jumlah postingan 1296 konten dan jumlah suka (*like*) 24.3 M (juta). Masing-masing jumlah *viewers* pada tiap postingan berbeda-beda, untuk jumlah paling sedikitnya adalah 2642 *viewers* sedangkan yang paling banyak mencapai 8,3 M (juta) *viewers*.

Pada tahap awal observasi diketahui bahwa konten awal akun @Okisetianadewi\_Official merupakan kajian online yang mengusung tema menjadi muslim yang baik ditengah pandemi dengan menggunakan *hashtag* OSDrumah. Konten tersebut berasal dari akun youtube ustazah Oki Setiana Dewi yang berupa dokumentasi kajian online menggunakan aplikasi zoom yang kemudian dibagikan juga melalui Tik Tok dengan dipotong-potong menjadi beberapa tema video berdurasi pendek. Selain video dakwah yang berasal dari akun youtube Ustazah Oki Setiana Dewi ada juga sumber lain yaitu potongan

dokumentasi kajian ketika beliau diundang ceramah di beberapa kota, dan potongan video ceramah saat Ustazah Oki Setiana Dewi mengisi program televisi seperti Teladan Ramadan, Cahaya Pagi dan Islam Itu Indah. Isi konten @Okisetianadewi\_Official disertai dengan *caption* di dalamnya sesuai dengan tema yang diusung dan menggunakan *hashtag* (sebutan symbol # yang di sertai dengan kata kunci) dalam menamai tema agar mudah dalam pencarian di Tik Tok. Pada sisi lain, pada postingan akun tersebut digunakan untuk mengkomersialkan produknya berupa hijab. Meskipun tak secara jelas menawarkan produknya karena Ustazah Oki Setiana Dewi mengiklankan produknya dengan memakainya di setiap ceramah beliau.

Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada akun Tik Tok @Okisetianadewi\_Official adalah media social merupakan suatu media komunikasi yang dinilai cukup efektif untuk menyampaikan informasi umum maupun ajaran Islam secara khusus dengan cepat, tepat dan mudah diakses oleh masyarakat dari seluruh penjuru tanpa ada batasan ruang dan waktu, kedua Tik Tok merupakan salah satu platform media sosial yang sedang fenomenal di seluruh kalangan baik anak-anak, remaja hingga orang dewasa sehingga membuat jumlah pengguna aktifnya melonjak setiap tahunnya selain itu media sosial Tik Tok juga memudahkan kita untuk memperoleh banyak ilmu khususnya pada pesan dakwah yang disampaikan oleh ustaz/ustazah ternama di Indonesia seperti ustazah Oki Setiana Dewi, dan terakhir pokok bahasan ini relevan dengan disiplin ilmu yang peneliti pelajari di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan data-data yang diperlukan cukup

tersedia. Baik data dokumentasi maupun buku-buku penunjang, sehingga sangat membantu peneliti dalam mengadakan penelitian ini.

Terlihat dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut karna dirasa media ini masih terasa baru dengan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tik Tok Pada Akun @Okisetianadewi\_Official”.

### **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan dakwah akhlak melalui media Tik Tok pada akun @Okisetianadewi\_Official.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang disampaikan dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana isi pesan dakwah bidang akhlak yang disampaikan dalam akun Tik Tok @Okisetianadewi\_Official?
2. Bagaimana efek pesan dakwah yang disampaikan akun Tik Tok @Okisetianadewi\_Official terhadap masyarakat dalam kolom komentar?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang peneliti rumuskan maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana isi pesan dakwah bidang akhlak yang terkandung dalam akun Tik Tok @Okisetianadewi\_Official.
2. Untuk mengetahui bagaimana efek pesan dakwah yang disampaikan akun Tik Tok @Okisetianadewi\_Official terhadap masyarakat dalam kolom komentar.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terhadap perkembangan ilmu dakwah khususnya dakwah melalui Tik Tok serta dapat menjadi bahan acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan dakwah melalui media sosial.

### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti serta mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang membaca tulisan ini tentang dakwah melalui media social khususnya Tik Tok.

## 1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan penelitian. Untuk memberikan kejelasan bahasa penelitian ini, maka perlu batasan definisi dari judul Analisis isi pesan dakwah melalui media Tik Tok pada akun @Okisetianadewi\_Official, adapun batasan-batasan operasional ini meliputi:

1. Analisis isi adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam teks atau komunikasi, dengan cara mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mengevaluasi pola-pola atau tema-tema yang muncul dari data yang diperoleh.
2. Pesan Dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh dai kepada *mad'u* yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis.

3. Pesan Dakwah Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah SWT, makhluk terhadap diri sendiri, akhlak terhadap orang tua, akhlak terhadap keluarga, dan akhlak terhadap orang lain.
4. Efek Komunikasi Massa adalah perubahan-perubahan yang terjadi pada tiga dimensi yaitu kognitif, afektif dan *behavioral* atau konatif di dalam diri *audience* akibat terpaan pesan-pesan media massa.
5. Media Tik Tok adalah media sosial yang memiliki fitur mengunggah konten berupa video pendek yang berdurasi 15 detik sampai dengan 10 menit dan memiliki beragam fitur menarik yang dapat digunakan oleh semua kalangan remaja hingga dewasa.

Berdasarkan hasil analisis peneliti hanya mengambil lima video ceramah sebagai contoh dan mengambil yang memiliki *like* atau penyuka paling banyak dalam postingan sesuai dengan konteksnya yakni akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap diri sendiri, akhlak terhadap orang tua, akhlak terhadap keluarga, dan akhlak terhadap orang lain.