

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini membuat kebutuhan manusia terhadap teknologi terus berkembang. Alat komunikasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat dan mudah untuk menyebarluaskan informasi-informasi yang dimilikinya. Canggihnya teknologi saat ini mempermudah pengguna untuk melakukan proses komunikasi. Di mana pesan yang disampaikan melalui teknologi tersebut tersampaikan kepada penerima pesan dengan efektif.

Di Indonesia, berbagai kalangan masyarakat tidak ketinggalan untuk menggunakan internet khususnya dalam mengakses media sosial. Menurut Kementerian Komunikasi dan informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan bahwa : *“Ada 63juta orang menggunakan internet di Indonesia. 95 persen dari angka tersebut menggunakan internet untuk bermain sosial media”*. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa kebanyakan masyarakat Indonesia lebih aktif menggunakan jejaring media sosial dalam penggunaan internet.

Adanya media sosial saat ini bukan hanya untuk mencari dan mendapatkan informasi tetapi juga sebagai hiburan bagi penggunanya. Melihat berkembangnya teknologi seperti sekarang ini membuat banyak orang memanfaatkannya untuk berbagai hal, seperti berbisnis, jual beli online, dan

dapat menyalurkan ide-ide kreatif. Berbisnis di media sosial memang sudah menjadi sesuatu yang lumrah (Ghazali, 2018). Selain itu tak terkecuali media sosial juga dapat digunakan untuk berdakwah. Berdakwah dengan berbagai cara pasti mempunyai tantangan tersendiri, begitupun dalam berdakwah melalui media sosial. Selain itu dakwah yang dilakukan pada kalangan remaja masih belum punya ketertarikan tersendiri. Apalagi di kalangan remaja kebanyakan kesadaran terhadap agama masih minim. Para remaja beranggapan pembahasan agama adalah hal yang membosankan dan tidak menarik bahkan ketika dinasihati soal agama dan mendengarkan ceramah pun mereka enggan. (Rakhmawati, 2016)

Pemikiran yang muncul dari para remaja ketika memandang tentang pembahasan mengenai agama merupakan bahasan-bahasan orang tua saja. Hanya sedikit dari sebagian remaja yang ingin dan tertarik membahas tentang agama atau sekedar mendengarkan ceramah dari da'i. Kurang tertariknya remaja terhadap pembahasan agama dikarenakan para remaja lebih menyukai hal-hal yang menarik, keren, asik dan kekinian bagi mereka. Dalam menghadapi hal tersebut para da'i dan aktivits agama harus pintar-pintar memiliki strategi yang kreatif dan menarik agar dakwah dapat diterima di kalangan remaja. (Sarhini, 2017)

Salah satu yang memanfaatkan media sosial sebagai ladang berdakwah adalah akun @hijabalila. Akun @hijabalila memanfaatkan media sosial instagram untuk berdakwah. Akun instagram @hijabalila ini mempunyai 716.000 *followers*, serta sudah mengunggah 4.766 video atau foto yang

berisikan pesan dakwah. Adanya ide kreatif yang diunggah oleh akun instagram @hijabalila ini dapat membantu tersebarnya pesan dakwah yang dikemas dengan cara yang berbeda. @hijabalila dapat memanfaatkan teknologi komunikasi dalam berdakwah.

Tren masa kini dengan penggunaan media sosial instagram yang digandrungi masyarakat, khususnya para remaja ini membuat @hijabalila dapat menyiarkan dakwah dengan mudah. Ide kreatif yang disalurkan oleh @hijabalila membuat video atau gambar yang berisi pesan dakwah membuat para *followers* atau pengikut akun @hijabalila tersebut tidak hanya merasa terhibur oleh konten-konten dakwah yang dibuatnya namun para pengikut @hijabalila bisa mendapatkan ilmu pengetahuan mengenai ajaran agama islam.

Akun instagram @hijabalila memiliki tujuan dan sasaran objek dakwahnya yaitu para remaja karena di era millennial ini remaja membutuhkan hal baru yang menarik, keren, dan asik bagi mereka. Hal ini dapat menjadi tantangan bagi akun @hijabalila untuk berdakwah secara kreatif dan inovatif agar para remaja menggunakan media sosial instagram ini dengan hal yang positif, mengingat banyak hal-hal negatif yang juga tersebar di instagram. Munculnya akun @hijabalila untuk berdakwah di instagram dengan memiliki sasaran dakwah remaja ditengah-tengah remaja yang memiliki sifat pergaulan bebas menjadi salah satu hal yang sangat baik. Namun, disinilah perlu diketahui apakah dakwah yang dilakukan akun @hijabalila melalui instagram dapat efektif di kalangan remaja?

Dari fenomena diatas, peneliti tertarik untuk meneliti efektivitas dakwah akun instagram @hijabalila di kalangan remaja yang mem-follow akun tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka judul peneliti pilih dalam penelitian ini adalah **“Efektivitas Dakwah Akun Instagram @hijabalila di kalangan remaja (Studi Kasus : Remaja Followers @hijabalila)”**

B. Identifikasi Masalah

1. Instagram menjadi media sosial yang pengguna terbesarnya adalah remaja, banyak terdapat akun instagram yang mengunggah konten bersifat negatif.
2. Sebagian besar remaja mengikuti akun yang mengunggah hal negative dan kurang bermanfaat.
3. Kurangnya pemahaman da'i untuk menyajikan dakwah yang menarik bagi para remaja.
4. Rendahnya minat remaja mempelajari islam karena media dakwah yang terkesan monoton.

C. Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti maka harus diberikan batasan masalah terlebih dahulu. Dengan judul “Efektivitas Dakwah Akun Instagram @hijabalila di kalangan remaja (Studi Kasus : Remaja Followers @hijabalila)” maka peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian pada remaja followers akun instagram @hijabalila.

D. Rumusan Masalah

Dari pembatasan masalah di atas maka peneliti menemukan rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian. Rumusan masalah tersebut adalah “Bagaimana efektivitas dakwah akun instagram @hijabalila di kalangan remaja?”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh terkait fokus penelitian, yaitu mengetahui efektivitas dakwah akun instagram @hijabalila di kalangan remaja.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat bagi para da'i sebagai rujukan dalam berdakwah terhadap remaja dan masyarakat modern seperti sekarang ini. Da'i bisa mengetahui apa yang membuat mad'u tertarik terhadap pesan dakwah yang dikemas secara kekinian, inovatif, dan kreatif.

2. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini diharap bisa menjadi contoh bagi para da'i untuk lebih kreatif dan inovatif serta mengetahui gimana kondisi mad'u dan apa yang sedang dibutuhkan oleh mad'u terutama mad'u remaja yang mempunyai jiwa millennial, agar dakwah dapat tersebar dengan luas dan cepat diterima oleh para mad'u.

G. Kajian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan berhubungan dengan dakwah di media sosial, maka peneliti menemukan beberapa penelitian yang menambah dan berhubungan dengan media sosial. Peneliti merujuk dan mengkaji kepada penelitian tentang dakwah di media sosial pada hasil penelitian sebelumnya. Dalam kajian terdahulu ini peneliti akan memaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan media sosial dan faktor penelitian berbeda yang telah peneliti temukan. Adapun beberapa hasil penelitian tersebut :

1. Hasil penelitian skripsi milik Bella Nanyantanamulia prodi komunikasi dan penyiaran islam fakultas ushuluddin, adab dan dakwah Institut Agama Islam Negeri pada tahun 1439 H/2018 dengan judul *“Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh Sebagai Media Dakwah”*. Dalam penelitian ini dipaparkan bagaimana dakwah-dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat efektif sebagai media dakwah.
2. Hasil penelitian skripsi milik Elsa Carinta Putri prodi komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2018 M/1439 H dengan judul *“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Dakwah (Studi Kasus : Instagram @nunuzoo)*. Dalam penelitian ini dipaparkan bagaimana media sosial instagram dapat memberikan pengaruh positif terhadap

penggunanya terutama melalui akun instagram @nunuzoo dengan isi pesan dakwah yang sangat inovatif dan kreatif sehingga dakwah terkesan tidak monoton dan membosankan. Pesan-pesan dakwah dikemas dengan video-video lucu namun tetap mengandung pesan islami. Media sosial instagram dapat mempengaruhi efektivitas dakwah.

3. Hasil penelitian skripsi milik Afifah Nur Hidayah Isnaini prodi komunikasi penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2018 dengan judul “Efektivitas Media Dakwah Pada Followers Akun Instagram @Nunuzoo di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta” dalam penelitian ini juga menjelaskan bagaimana dakwah yang dilakukan melalui media sosial dapat berdampak pada mahasiswa di lingkungan kampus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebar kuisisioner yang di isi oleh mahasiswa.

H. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan agar dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah (Soewardi, 2010).

Berikut penjelasan mengenai metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang prosedur penelitiannya menghasilkan data deskriptif atau bersifat deskripsi dengan memaparkan hasil penelitian secara jelas dan terperinci berupa kata-kata atau ucapan dan perilaku orang-orang yang diamati atau para partisipan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif peneliti diarahkan untuk melakukan pengkajian fenomena yang terkait dengan variabel penelitian secara mendalam. (Jusuf Soewadji, 2012)

2. Sumber Data

Dalam proses pengumpulan data, peneliti membaginya ke dalam dua jenis sumber data yaitu

a. Data Primer

Data primer atau yang disebut juga sebagai data asli adalah sumber data utama yang diperoleh peneliti dari subjek dan objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti tidak melibatkan pemilik atau pengelola akun @hijabalila, melainkan sumber data yang diperoleh melalui channel youtube dan akun instagram hijab alila serta pengamatan peneliti berdasarkan respon dari para partisipan terhadap postingan dakwah di akun @hijabalila melalui daftar-daftar

pertanyaan dan jawaban yang didapat saat wawancara. Kemudian untuk mendapat data dari objek penelitian, data didapat dengan melakukan wawancara dan angket kepada remaja *followers* akun instagram @hijabalila.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada sebagai data pelengkap yang dibutuhkan peneliti. Data sekunder didapatkan dari dokumentasi yang didapatkan dari artikel dan media sosial yang terkait dengan data-data. Data tersebut berupa gambar, foto, dan sejenisnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara, angket, dan dokumentasi.

a. Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dalam teknik pengumpulan data, dimana peneliti mencoba mencari data sedalam-dalamnya melalui wawancara dengan para informan. Wawancara dalam penelitian ini terjadi antara peneliti dengan beberapa informan yaitu para remaja *followers* akun instagram @hijabalila. Wawancara dilakukan secara *online* melalui aplikasi *WhatsApp* dengan teknik wawancara yang telah disepakati.

b. Angket

Dalam penelitian ini, peneliti juga menyebarkan angket/kuesioner online melalui Google Form kepada remaja followers instagram @hijabalila. Penyebaran angket/kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui tentang efektivitas dakwah akun instagram @hijabalila di kalangan remaja. Instrument pertanyaan pun dibuat dalam bentuk tertutup dengan pilihan jawaban yang telah disediakan peneliti sehingga responden cukup memilih jawaban yang telah tersedia. Sasaran yang diberikan angket adalah followers yang masih berusia remaja.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari informasi melalui buku-buku, catatan, transkrip, wibesite, blog, jurnal, media sosial, gambar, foto-foto, hasil rekaman, dan sejenisnya yang bersifat dokumentasi. Peneliti akan mengumpulkan berbagai jenis dokumentasi yang peneliti butuhkan seperti gambar, foto, dan sejenisnya untuk memperoleh data dan mendapatkan kelengkapan dalam penelitian ini. Data-data dokumentasi yang didapatkan juga menjadi bahan pertimbangan orisinalitas dan reliabilitas hasil penelitian. Dengan teknik dokumentasi, peneliti juga akan mencari data dari setiap jenis postingan dakwah yang berbeda seperti video, kata-kata motivasi, animasi atau gambar, dan

sebagainya pada akun dakwah @hijabalila sebagai penambah kelengkapan data penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian, analisis data diperlukan untuk menarik kesimpulan data-data yang didapatkan oleh peneliti yang telah dilakukan di lapangan agar dapat menarik hasil penelitian. menurut Miles dan Huberman (1992), terdapat 3 (tiga) jalur dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Data dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara, angket, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis oleh peneliti. Langkah menganalisis data merupakan langkah yang bersifat kritis dan sangat bergantung pada data yang dikumpulkan. Teknik analisis data ini harus sesuai dengan fakta atau kenyataan yang ada.

a. Reduksi data

Reduksi data adalah bentuk analisis dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, menyaring, dan mengorganisir data

data yang didapatkan sehingga dapat menarik kesimpulan akhir. Adapun cara reduksi data yaitu dengan seleksi data, meringkas, dan menggolongkan data.

b. Penyajian data

Penyajian data dilakukan dengan mengorganisir data yang telah dilakukan pada tahapan reduksi data, kemudian data yang telah dikelompokkan dijadikan satu kesatuan dalam bentuk teks naratif atau deskripsi sesuai dengan catatan yang dibutuhkan pada saat di lapangan.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Menarik kesimpulan terhadap fenomena yang terjadi selama di lapangan dan data yang telah disajikan. Setelah penarikan kesimpulan data yang telah didapatkan, peneliti harus memverifikasi atau meninjau ulang informasi dengan mengkonfirmasi, mempertajam atau mungkin merevisi dan mengolah data kembali secara terperinci.

5. Teknik penulisan

Teknik dalam penulisan skripsi ini menggunakan buku “Pedoman Penelitian dan Penulisan Skripsi Prodi Pendidikan Agama Islam” yang telah disusun oleh tim dosen Prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

6. Sistematika penulisan

Dalam penulisan skripsi perlu adanya format sistematika penulisan yang digunakan menjadi beberapa sub-bab. Pada penelitian dan penulisan skripsi ini, peneliti membagi sub-bab penulisan pokok, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam BAB ini akan menjelaskan dan menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada BAB ini akan membahas bagaimana efektivitas dakwah, instagram, dan remaja secara teoritis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB ini membahas gambaran umum akun instagram @hijabalila yaitu profil, visi misi, dan prinsip @hijabalila.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada BAB ini membahas mengenai hasil dan analisis penelitian, yaitu mengenai efektivitas dakwah akun instagram @hijabalila di kalangan remaja yang mem-follow akun instagram @hijabalila.

BAB V : PENUTUP

Dalam BAB ini berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian serta saran-saran mengenai penelitian sebagai penutup.