

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Indonesia juga negara dengan masyarakat Islam terbesar di Dunia. Menurut data yang didapat dari website dataindonesia.id (2022) jumlah umat islam di Indonesia pada saat ini mencapai 237,56 juta jiwa atau sekitar 86,7% dari total populasi Indonesia.

Aktifitas agama yang kian meningkat berbanding lurus dengan bentuk variasi aktifitas tersebut. Perkembangan aktifitas keagamaan juga difasilitasi dengan perkembangan teknologi di era digital pada saat ini. Dakwah merupakan salah satu bentuk aktifitas keagamaan yang ramai diminati oleh umat pada era digital. Fenomena diatas yang menyebabkan perkembangan cara dakwah di Indonesia juga ikut berkembang mengikuti perkembangan teknologi yang dapat dikatakan sangat pesat.

Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital juga selalu berhubungan dengan media online karena media ini adalah sesuatu yang terus dan selalu berkembang (Effendy, 2007). Hal tersebut terbukti dari massif-nya penggunaan internet dalam setiap aspek-aspek kehidupan masyarakat. Salah satunya ditandai dengan banyaknya munculnya media-media sosial dan platform digital. Diantaranya: Instagram, Youtube, Twitter, dll. Hal tersebut menyebabkan Media arus utama terganti dengan Media Mainstream.

Berkembangnya media digital berbanding lurus dengan meningkatnya pengguna digital. Hal tersebut dapat dibuktikan dari variasi akun yang beredar maupun bentuk konten yang disajikan akun tersebut. Selain itu platform digital yang tidak membatasi pengguna mempunyai akun lebih dari satu juga menjadi alasan banyak bermunculannya akun-akun yang tidak

beratasnamakan perorangan melainkan organisasi yang mempunyai tujuan tertentu.

Perkembangan media digital yang sangat pesat membentuk karakteristik penggunaannya. Potret karakteristik pengguna media digital dapat dinilai dari komunikasi maupun wadah yang digunakan, yaitu media sosial. Keefektifan dan efisiensi merupakan salah satu karakter pengguna media digital di Indonesia. Media sosial merupakan alat hegemonis yang sangat sentral perannya dalam menyampaikan ide-ide hegemonis dikarenakan jangkauannya yang luas, aksesnya yang lebih terbuka, serta sifatnya yang menghibur (Piling, 2006). Dengan adanya media digital, pengguna tidak perlu membuang-buang waktu maupun tenaga. Hal tersebut mengingat Platform digital mudah diakses dimana saja, kapan saja, oleh siapa saja, dengan sumber daya yang minim.

Teknologi di Indonesia yang kian berkembang juga ikut diiringi dengan perkembangan dakwah. Hal tersebut dapat dilihat dari ramainya da'i-da'i yang berdakwa di media sosial. Perkembangan dakwah yang pesat tersebut berdampak pada meningkatnya perkembangan peminat dakwah di Indonesia. Hal tersebut dapat dinilai dari antusiasme kaum millennial pada konten-konten berbau agama. Salah satunya adalah Shift sebagai salah satu organisasi agama yang berhasil membentuk takeline pemuda hijrah dikalangan millennial.

Menurut Munawir (1997) kata dakwah secara etimologi berasal dari kata da'a yad'u da'watan, yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru dan mendorong. Secara terminologis dakwah artinya mengajak dan menyeru umat Islam menuju pedoman hidup yang diridhai Allah SWT dalam bentuk amar ma'ruf nahi mungkar. Dengan demikian segala bentuk kegiatan agama yang bertujuan untuk memanggil, mengundang, mengajak, menyeru dan mendorong dapat diartikan dengan kegiatan dakwah.

Perkembangan kehidupan modern sejatinya juga memunculkan berbagai problem baru di tengah masyarakat. Dengan berkembangnya sistem kehidupan bermasyarakat, bermunculan juga permasalahan maupun kebutuhan baru yang datang seiring dengan perkembangan zaman. Dakwah dalam pelaksanaannya

juga sering menemukan hambatan maupun peluang efek dari perkembangan zaman tersebut.

Dakwah yang merupakan kegiatan yang bersifat riil atau bertatap muka ikut berkembang memanfaatkan perkembangan zaman. Perkembangan zaman yang memunculkan berbagai permasalahan kehidupan baru, menjadi stimulus baru bagi dakwah untuk ikut bertransformasi menjadi bentuk produk keagamaan yang lebih modern. Berbagai kebutuhan tersebut datang sebagai seperangkat pertanyaan atau tuntutan baru terkait dari produk yang telah ada sebelumnya. Berkembangnya teknologi, khususnya media digital menjadi peluang baru guna menjawab hambatan dan tuntutan umat akan dakwah tersebut.

Dakwah dalam era modern telah berkembang memanfaatkan media digital yang berkembang secara optimal. Dakwah dalam era digital telah muncul sebagai bentuk dakwah yang fleksibel. Berbagai tuntutan maupun peluang tersebut membentuk dakwah modern menjadi lebih mencair. Eksklusifitas yang selama ini melekat pada dakwah kian lama kian luntur dan tidak lagi menjadi stereotip di masyarakat. Dengan demikian, dakwah dalam era digital memudahkan umat untuk dapat melakukan dan menikmati dakwah seorang diri maupun berkelompok pun. Oleh sebab itu dakwah di era digital mampu membuat siapapun dapat ikut ambil bagian kapanpun dan dimanapun.

Shift yang merupakan salah organisasi keagamaan modern yang ikut berpartisipasi pada dunia digital. Konsistensi shift dalam mendorong pemuda-pemuda Islam yang ingin hijrah dapat dilihat dari konten-konten yang ditampilkan maupun event yang diselenggarakan. Selain itu, Shift juga di bina oleh salah satu ustad populer yang menjadi salah satu daya tarik shift untuk memikat anak-anak muda. Hal tersebut mengingat Ustd. Hannan Attaqi sebagai Pembina shift menampilkan gaya yang berbeda dalam berdakwah.

Shift sebagai organisasi yang bergerak di bidang keagamaan mengharuskan shift mempunyai wadah untuk melaksanakan kegiatan-kegiatannya. Tidak hanya bergerak di bidang digital, shift juga ikut melaksanakan program-program sosial di kehidupan nyata. Hal tersebut

mengharuskan shift mempunyai lokasi guna menjadi wadah berkumpul maupun sebagai bukti keseriusan shift pada bidang keagamaan. Selaras dengan tagline mereka yang berbunyi “banyak main, banyak manfaat”, shift ikut berkontribusi dalam membentuk taman bermain kaum millennial yang disertai tempat ibadah yang dekat dan nyaman guna mempermudah kaum millennial untuk beribadah tanpa mengganggu aktivitas yang dilakukan.

Shift tidak hanya fokus pada dunia nyata, shift juga bergerak di platform-platform digital yang sedang ramai di kalangan kaum millennial. Shift tidak hanya fokus pada satu platform digital, shift mempunyai akun di beberapa platform digital yang ramai di kalangan kaum millennial, seperti halnya youtube, Instagram, facebook, dan twitter. Hal tersebut menjadikan shift sebagai organisasi pemuda yang bergerak di bidang keagamaan yang paling dikenal oleh pengguna platform digital pada saat ini.

Sejatinya dalam usahanya berdakwah di media sosial, Shift dikenal telah ikut berpartisipasi meramaikan media sosial, khususnya Instagram. Setidaknya, pada tahun 2015, Instagram merupakan salah satu alat organisasi dalam menyerukan dakwah. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai bentuk konten yang disajikan Shift, mulai dari dakwah singkat sampai dengan seruan berbagai macam acara yang akan diselenggarakan Shift dalam akun Instagramnya. Berbagai konten dikemas dan disajikan menggunakan gaya anak muda dan sesuai trend yang sedang berlangsung guna menarik minat anak muda.

Studi awal yang dilakukan peneliti dengan cara mengobservasi sikap perilaku dan melakukan wawancara pada pengikut akun Instagram Shift Pemuda Hijrah. Sample ini diambil karena menurut hasil observasi peneliti sudah sedikit banyak data yang peneliti ketahui di wilayah ini. Dari observasi awal faktor yang mengetahui konstruksi makna dakwah online ini adalah karena adanya perkembangan teknologi yang membuat terjadinya pergeseran model dakwah. Maka dengan memahami resiliensi diharapkan setiap individu mampu mengetahui konstruksi makna dakwah online yang terjadi pada akun shift pemuda hijrah agar dapat memberikan dampak perubahan perilaku,

karena keberhasilan seseorang dalam memahami sebuah konstruksi makna akan menciptakan perubahan dalam diri sendiri serta mendapatkan kemanfaatannya untuk sosial nya dengan orang lain seperti tagline dari akun Instagram Shift Pemuda Hijrah 'banyak main, banyak manfaat'.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini membahas mengenai konstruksi makna dakwah online dari pada pengikut akun Instagram Shift Pemuda Hijrah. Peneliti berharap dengan adanya pembahasan penelitian ini para followers dapat mengetahui konstruksi makna dakwah online yang dibangun dari akun Instagram Shift Pemuda Hijrah.

B. Identifikasi Masalah

Berlandaskan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah:

1. Berkembangnya Media Digital untuk Organisasi Dakwah Shift Pemuda Hijrah.
2. Berbedanya tampilan para Da'i pada zaman millennial.
3. Pembentukan karakteristik pengikut akun Shift Pemuda Hijrah.
4. Pemberian konten-konten yang menarik untuk para pengikut Akun Shift Pemuda Hijrah yang dikemas dan disajikan menggunakan gaya zaman millennial.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memberikan batasan masalah dalam penelitian. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini membahas mengenai konstruksi makna dakwah online yang dibangun melalui Shift Pemuda Hijrah
2. Penelitian ini membahas mengenai dampak dari Shift Pemuda Hijrah terhadap perubahan perilaku followers.

D. Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan pada batasan masalah terhadap penelitian ini, pembahasan akan dirumuskan dalam pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pergeseran dakwah terjadi pada pengikut Instagram Shift Pemuda Hijrah?
2. Bagaimana konstruksi makna dakwah online dibangun melalui Instagram Shift Pemuda Hijrah?
3. Bagaimana Tindakan pengikut Instagram Pemuda Hijrah terhadap bentuk pemaknaan dakwah?
4. Bagaimana dampak Instagram Shift Pemuda Hijrah terhadap perubahan perilaku followers?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui konstruksi makna dakwah online dibangun melalui Instagram Shift Pemuda Hijrah.
2. Untuk menganalisis dampak dari Instagram Shift Pemuda Hijrah terhadap perubahan perilaku followers.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan mengenai penggambaran model dakwah pada dunia digital saat ini bagi masyarakat luas dan tentunya para da'i di era modern serta perubahan perilaku yang terjadi pada pengikut dakwah online khususnya Shift Pemuda Hijrah, sekaligus sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi peneliti dan jurusan Bimbingan dan Konseling Islam. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pembelajaran dan informasi. Dan bagi jurusan Bimbingan dan Konseling Islam, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi untuk meningkatkan pengetahuan mengenai konstruksi makna dakwah online.

G. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terkait Dakwah Online, khususnya pada Bimbingan dan Konseling Islam telah banyak dilakukan. Dengan demikian penulis menggunakan beberapa bahan pustaka yang dianggap mampu membantu penulis dalam menyusun penelitian ini. Berikut merupakan tinjauan pustaka yang digunakan penulis.

Pertama, ditulis oleh Abdul Basit dalam bentuk Jurnal Komunikasi Islam, Vol 3 Hal 1, Tahun 2013, dengan judul Dakwah Cerdas di Era Modern. Dalam penelitiannya, Basit menggunakan metode penelitian kualitatif. Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian Basit dengan peneliti yaitu persamaan tersebut terlihat pada konsep penelitian keduanya. Persamaan lainnya juga terlihat dalam fokus penelitian yang sama-sama mengangkat media digital dalam era modern. Sedangkan perbedaan antara penelitian Basit dengan penulis terdapat pada objek penelitiannya, dimana Basit fokus pada pergeseran era tradisional ke arah modern sedangkan penulis lebih fokus pada konstruksi makna pada pengguna (mad'u) dakwah di era modern.

Kedua, ditulis oleh Martin Salma dalam bentuk Jurnal Antropologi 46:134, 1-4 tahun 2018, dengan judul Practism Islam Through Sosial Media in Indonesia. Dalam penelitiannya Martin Salma menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan korelasional. Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian Martin Salma dengan peneliti yaitu persamaan tersebut dapat terlihat pada variabel penelitian yang sama-sama menyanggung tentang kegiatan keagamaan (Islam) di era digital pada saat ini. Selain itu, persamaan penelitian juga terlihat pada fokus penelitian yang sama-sama

menggambarkan praktik dan aktivitas umat dalam media digital. Sedangkan perbedaan penelitian terlihat pada aktivitas dan praktik-nya, dimana Salma lebih menekankan praktik secara makro sedangkan penulis lebih focus pada dakwah itu sendiri.

Ketiga, ditulis oleh Umar Halim dan Samsudin A.Rahim dalam bentuk Jurnal Komunikasi, Vol 27, No 2/121-13, tahun 2011, dengan judul Penglihatan Digital: Akses dan Penggunaan E-Agama dalam Kalangan Generasi Muda Muslim. Dalam penelitiannya Umar Halim dan Samsudin A.Rahim menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan survei. Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian Umar Halim dan Samsudin A.Rahim dengan peneliti yaitu persamaan tersebut dapat terlihat pada kesamaan subjek penelitian yang sama-sama menggali keterlibatan umat dalam penggunaan media digital pada ranah agama. Sedangkan perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian dimana penelitian Umar dan Samsudin hanya focus pada aplikasi e-agama dan perkembangannya dari waktu ke-waktu, sedangkan penulis lebih focus pada penggambaran umat pada dakwah di era digital.

Tabel 1.1
Tinjauan Pustaka Sejenis

No.	Peneliti	Jenis dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Abdul Basit	Jurnal Nasional, Jurnal Ilmiah Program Studi Komunikasi Vol 3 Hal 1/76-93 (2013)	Dakwah Cerdas di Era Modern	Terdapat persamaan dengan penelitian penulis, hal tersebut terlihat pada konsep penelitian keduanya. Persamaan lainnya juga terlihat dalam fokus penelitian yang sama-sama mengangkat media digital dalam era modern.	Basit fokus pada pergeseran era tradisional ke arah modern sedangkan penulis lebih fokus pada konstruksi makna pada pengguna (mad'u) dakwah di era modern.

2.	Martin Salma	Jurnal Internasional, Jurnal Ilmiah Program Studi Antropologi 46:134, 1-4, (2018)	Practising Islam through Sosial Media in Indonesia	Persamaan tersebut dapat terlihat pada variable penelitian yang sama-sama menyinggung tentang kegiatan keagamaan (Islam) disaat era digital pada saat ini	Dalam pembahasannya Martin Salma fokus pada urusan kehidupan sehari-hari sedangkan penulis fokus pada kegiatan masyarakat di dunia digital.
3.	Umar Halim, Smasudin A.Rahim	Jurnal Nasional, Jurnal Ilmiah Program Studi Komunikasi Vol. 27, No. 2/121-135 (2011)	Penglibatan Digital: Akses dan Penggunaan E-Agama dalam Kalangan Generasi Muda Muslim	Persamaan tersebut dapat terlihat pada kesamaan subjek penelitian yang sama-sama menggali keterlibatan umat dalam penggunaan media digital pada ranah agama.	Perbedaan penelitian terdapat objek penelitian dimana penelitian Umar dan Samsudin hanya fokus pada aplikasi E-agama dan perkembangannya dari waktu ke waktu, sedangkan penulis lebih fokus pada penggambaran umat pada dakwah di era digital.

H. Kerangka Pemikiran

Tujuan konseling dengan pendekatan studi kasus yang dimana dalam pendekatan studi kasus ini dapat memusatkan perhatian kepada suatu kasus secara intensif. Peneliti memilih metode tersebut karena dirasa membutuhkan informasi yang mendalam serta akan mendeskripsikan bagaimana para penikmat dakwa online (Ma'du) memaknai program dakwah tersebut.

Oleh karena itu, Hal yang harus diperhatikan dalam penelitian ini adalah bagaimana pekerjaan tersebut dibentuk secara sistematis agar mudah dipahami dalam membaca penelitian tersebut, selain itu guna sebagai ilmiah atau tidaknya penelitian tersebut. Dalam hal ini penulis berusaha memvisualisasikan kerangka berpikir penulis seperti dibawah ini:

Gambar 1.1
Bagan Kerangka Pemikiran

