

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi tersebut tidak hanya memengaruhi cara manusia berkomunikasi, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat memperoleh informasi, mengekspresikan diri, serta mempromosikan berbagai aktivitas sosial, ekonomi, maupun budaya. Internet sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital telah membuka ruang komunikasi yang lebih luas, sehingga memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan tanpa batas geografis. Kondisi ini menjadikan teknologi digital sebagai salah satu elemen penting dalam kehidupan masyarakat modern (Girsang dan Himni 2025).

Menurut (Novianita,dkk 2023) seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Media sosial memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan mengonsumsi konten secara interaktif. Berbeda dengan media komunikasi konvensional yang bersifat satu arah, media sosial memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi. Hal ini menjadikan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi, edukasi, promosi, serta penyebaran berbagai informasi kepada masyarakat luas

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan media sosial semakin pesat dengan munculnya berbagai platform digital yang menawarkan fitur komunikasi yang inovatif. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pengguna yang sangat pesat adalah TikTok. TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan konten kreatif dalam durasi singkat. Keunggulan TikTok terletak pada kemudahan penggunaan, fitur pengeditan video yang

beragam, serta sistem algoritma yang mampu menampilkan konten sesuai dengan minat pengguna. Hal tersebut menjadikan TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda (Putra dan Fajri 2025)

Popularitas TikTok juga dipengaruhi oleh sistem algoritma yang dimilikinya. Algoritma TikTok memungkinkan sebuah konten untuk muncul pada halaman *For You Page (FYP)* berdasarkan interaksi pengguna seperti jumlah tontonan, tanda suka (likes), komentar, dan tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten tersebut. Melalui mekanisme ini, sebuah konten dapat dengan cepat menjangkau audiens yang luas meskipun berasal dari akun dengan jumlah pengikut yang relatif sedikit. Oleh karena itu, TikTok menjadi salah satu media yang potensial untuk digunakan sebagai sarana promosi dalam berbagai bidang, termasuk bidang ekonomi kreatif, pendidikan, maupun budaya (Hakim 2024)

(Putra dan Fajri 2025) Menyatakan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media promosi saat ini semakin banyak dilakukan oleh berbagai organisasi, institusi, maupun komunitas. Banyak pelaku usaha, lembaga pendidikan, serta komunitas budaya yang memanfaatkan TikTok untuk memperkenalkan produk, layanan, maupun kegiatan mereka kepada masyarakat luas. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dinilai efektif karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan media promosi konvensional. Selain itu, konten visual yang menarik juga dapat meningkatkan minat audiens untuk berinteraksi dengan informasi yang disampaikan

Dalam konteks seni dan budaya, media sosial juga memiliki peran penting dalam upaya pelestarian dan promosi budaya lokal. Berbagai komunitas seni mulai memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan budaya daerah kepada masyarakat yang lebih luas, khususnya kepada generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Pemanfaatan media sosial dalam promosi budaya dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat

terhadap pentingnya pelestarian budaya sekaligus membuka peluang bagi perkembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal (Ardianto dkk. 2025).

Salah satu bentuk seni budaya Islam yang masih berkembang di masyarakat adalah seni hadrah. Hadrah merupakan kesenian musik Islami yang memadukan lantunan shalawat dengan iringan alat musik rebana. Selain berfungsi sebagai hiburan, seni hadrah juga memiliki fungsi sebagai media dakwah dan sarana mempererat hubungan sosial di tengah masyarakat. Kesenian ini sering ditampilkan dalam berbagai kegiatan keagamaan seperti peringatan hari besar Islam, pengajian, maupun kegiatan sosial lainnya. Namun demikian, di tengah perkembangan budaya populer dan dominasi hiburan digital, minat generasi muda terhadap kesenian tradisional seperti hadrah cenderung mengalami penurunan sehingga diperlukan inovasi dalam upaya pelestarian dan promosi kesenian tersebut (Fitriani dan Sulistiyani 2023)

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga eksistensi kesenian hadrah adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi. Melalui media sosial, kelompok seni hadrah dapat memperkenalkan kegiatan mereka kepada masyarakat yang lebih luas serta menarik minat generasi muda untuk mengenal dan mempelajari kesenian tersebut. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sarana untuk membangun komunitas digital yang memiliki ketertarikan terhadap seni dan budaya Islam. (Farhan Ramadan 2024)

Salah satu kelompok seni hadrah yang aktif dalam kegiatan keagamaan di Kabupaten Cirebon adalah Grup Hadrah Al-Mustaqim Cirebon. Grup ini berdiri pada tahun 2020 dan berlokasi di Masjid Besar Al-Mustaqim Weru, Kecamatan Weru, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Sejak awal berdirinya, grup ini memiliki komitmen untuk melestarikan seni hadrah sebagai bagian dari tradisi budaya Islam di masyarakat. Kegiatan yang dilakukan oleh grup ini meliputi penampilan hadrah pada acara keagamaan, kegiatan dakwah melalui lantunan shalawat, serta partisipasi dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan di lingkungan masyarakat.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, Grup Hadrah Al-Mustaqim juga mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan kegiatan mereka kepada masyarakat luas. Salah satu platform yang digunakan adalah TikTok. Melalui platform tersebut, grup ini mengunggah berbagai konten berupa penampilan hadrah, lantunan shalawat, serta dokumentasi kegiatan keagamaan yang dikemas dalam bentuk video pendek yang menarik. (Kusumawati dan Sitika 2024a) Pemanfaatan TikTok diharapkan dapat meningkatkan eksistensi grup hadrah tersebut sekaligus memperluas jangkauan audiens, terutama di kalangan generasi muda.

Namun demikian, penggunaan TikTok sebagai media promosi tidak selalu berjalan secara optimal. Dalam praktiknya, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh pengelola akun media sosial, seperti perubahan algoritma platform, persaingan konten yang sangat ketat, serta kebutuhan untuk menghasilkan konten yang kreatif dan menarik secara konsisten. Selain itu, keberhasilan suatu konten dalam menjangkau audiens juga sangat dipengaruhi oleh tingkat interaksi pengguna terhadap konten tersebut, seperti jumlah penonton, komentar, maupun jumlah konten yang dibagikan. (Ardiansyah 2023)

Berdasarkan pengamatan awal terhadap aktivitas media sosial yang dilakukan oleh Grup Hadrah Al-Mustaqim, terlihat adanya perbedaan tingkat interaksi pada setiap konten yang diunggah. Beberapa video mampu memperoleh jumlah penonton yang cukup tinggi dan berpotensi muncul pada halaman *For You Page (FYP)*, sementara sebagian konten lainnya hanya memperoleh jumlah penonton yang relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan konten dalam menjangkau audiens tidak hanya bergantung pada platform yang digunakan, tetapi juga berkaitan dengan strategi pengelolaan konten yang diterapkan oleh pengelola akun media sosial tersebut. (Kistia Rindika dan Rini Rinawati 2023)

Selain itu, fenomena ini juga menimbulkan pertanyaan mengenai apakah keberhasilan suatu konten dalam memperoleh jumlah penonton yang tinggi merupakan hasil dari strategi promosi yang dirancang secara sistematis,

ataukah hanya terjadi secara kebetulan akibat mekanisme algoritma TikTok. Hal ini menjadi penting untuk dikaji karena strategi pengelolaan media sosial yang tepat dapat membantu komunitas seni dalam meningkatkan visibilitas dan eksistensi mereka di ruang digital.(Hakim 2024)

Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial TikTok sebagai sarana promosi sebenarnya telah banyak dilakukan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media yang efektif untuk meningkatkan visibilitas promosi, baik dalam bidang bisnis, pendidikan, maupun budaya.(Novita dkk. 2023) Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut lebih banyak membahas pemanfaatan TikTok dalam konteks promosi produk atau kegiatan ekonomi kreatif.

Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji pemanfaatan TikTok sebagai media promosi kesenian Islam, khususnya seni hadrah pada tingkat komunitas lokal, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian mengenai pemanfaatan TikTok sebagai sarana promosi oleh Grup Hadrah Al-Mustaqim Cirebon menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan kesenian Islam di era digital sekaligus memberikan kontribusi dalam upaya pelestarian seni hadrah melalui pemanfaatan media digital.

B. PERUMUSAN MASALAH

1. Identifikasi Masalah

Adapun untuk identifikasi masalah penelitian ini antara lain :

- a. Penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media promosi oleh banyak kreator dan grup lain, yang menciptakan persaingan cukup ketat untuk menarik perhatian audiens.
- b. Tiktok memiliki banyak pengguna dengan preferensi konten yang beragam, jadi sulit untuk menjangkau audiens yang relevan dan tertarik pada musik hadrah.

- c. Kesulitan menjaga jadwal unggahan dan kualitas konten tetap konsisten untuk menjaga grup tetap terlihat aktif di Tiktok.

2. Pembatasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan penelitian, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya pada pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi pada Grup Hadrah Al-mustaqim Cirebon yang tentunya dengan konten-konten yang menarik bagi audiens. Adapun konten yang akan dibahas adalah konten yang relevan dengan aktivitas dan nilai-nilai grup hadrah, tanpa melibatkan konten umum lainnya di Tiktok.

Dengan pembatasan ini, penelitian diharapkan dapat lebih fokus dalam menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

3. Pertanyaan Penelitian

Berikut merupakan beberapa pertanyaan yang dibuat oleh peneliti antara lain:

- a. Bagaimana pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana promosi pada grup hadrah Al-Mustaqim Cirebon?
- b. Bagaimana strategi pemanfaatan Tiktok yang dilakukan oleh grup hadrah Al-Mustaqim Cirebon?
- c. Bagaimana tantangan yang dihadapi oleh grup hadrah Al-Mustaqim Cirebon dalam memanfaatkan Tiktok sebagai media promosi?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun beberapa tujuan penelitian yang dibuat peneliti antara lain :

- a. Untuk mengetahui media sosial TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi oleh grup hadrah Al-Mustaqim Cirebon.
- b. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh grup hadrah Al-Mustaqim Cirebon untuk menarik perhatian audiens secara lebih luas.
- c. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi oleh grup hadrah Al-Mustaqim Cirebon dalam memanfaatkan TikTok sebagai media promosi.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap adanya manfaat penelitian ini ditinjau secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Tujuan utama peneliti adalah agar penelitian ini memiliki aplikasi ilmiah, seperti menjelaskan bagaimana platform media sosial seperti TikTok telah berkembang dalam kaitannya dengan masyarakat dan penggunaannya, atau memasarkan grup hadrah. Diharapkan bahwa penelitian ini juga akan membantu dalam pengembangan seni Islam, khususnya dalam domain yang berkaitan dengan penyebaran pengetahuan tentang grup hadrah dan Teknologi Informasi

b. Kegunaan Praktis

Dengan melihat perkembangan di sekitarnya dan menjadikan promosi grup hadrah lebih efektif, Diharapkan hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi audiens yang memiliki grup hadrah untuk menciptakan ide-ide dalam memperkenalkan grup hadrahnya, membangkitkan minat pembaca di kelompok hadrah, dan memotivasi mereka untuk menggali lebih dalam tentang subjek tersebut.

UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**