

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat, dan khususnya perkembangan teknologi komunikasi terus berkembang ke arah yang lebih baik dan modern. Saat ini, nyaris tidak ada lagi batasan bagi manusia dalam berkomunikasi kapan saja dan dimana saja. Perkembangan informasi tidak harus menunggu lama, bahkan dalam hitungan detik terdapat ribuan informasi baru di internet.

Dengan berkembangnya teknologi informasi, kegiatan berdakwah semakin mudah. Saat ini, untuk mendengarkan pengajian dapat dilakukan tanpa berhadapan langsung dengan ulama, namun dengan mengakses internet, masyarakat dengan mudah mendapatkan bahan bacaan keagamaan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkannya, dimanapun dan kapanpun. Namun, seiring perkembangan yang sangat pesat problematika dakwah semakin kompleks.

Perkembangan Teknologi Komunikasi memunculkan berbagai macam jenis media sosial. Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Tresani, 2018). Banyak sekali masyarakat yang mengakses dan membuat akun di beberapa media sosial. Hal tersebut dilakukan karena banyak sekali manfaat yang didapat ketika bergabung dengan media sosial diantaranya adalah menemukan teman yang memiliki kesamaan ide dan hobi, memperluas wawasan dan ilmu, meningkatkan prospek bisnis, publikasi ide, dan lain sebagainya.

Salah satu media sosial yang saat ini digandrungi oleh masyarakat untuk menyebarkan informasi adalah media sosial TikTok. TikTok merupakan Aplikasi dengan efek khusus yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dapat membuat video pendek dengan hasil yang

mudah dan menunjukkannya kepada teman atau pengguna lain (Adhitya W. P, 2018).

Berbagai macam informasi kita dapatkan di media sosial TikTok, mulai dari akun gosip, akun tentang fashion, hobby, hingga akun dakwah islami. Dakwah ialah salah satu amar ma'ruf nahi munkar. Media dakwah tidak hanya pada majlis, di zaman serba modern khususnya di Indonesia kini dakwah bisa di akses melalui media sosial terkhusus di TikTok. Ide kreatif kini mampu tertuangkan pada media sosial dengan adanya karya desain grafis. Salah satu akun TikTok yang menyebarkan dakwah Islam menggunakan desain grafis di media sosial Tiktok adalah @reviidiyah.

Akun @reviidiyah berisikan video-video dakwah yang sangat menarik. Video yang dibuat menggunakan desain grafis sehingga banyak sekali *followers* yang mengikuti dan tertarik untuk menonton bahkan menyukai setiap video yang diposting, dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami itu juga yang membuat *followers* dari akun @reviidiyah selalu menanti setiap video terbaru yang akan diposting, dari sekian banyak *followers* yang mengikuti akun @reviidiyah banyak anak remaja yang tertarik dan ingin mengetahui tentang ilmu agama secara mendalam tanpa merasakan kejenuhan, karena metode dakwah yang digunakan dikemas secara *modern*.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, kelompok *followers* yang aktif menggunakan aplikasi TikTok untuk memperoleh informasi video dakwah islami dari akun @reviidiyah adalah *followers* yang bergabung pada grup *whatsapp* Sahabat_Surga yang merupakan perpanjangan tangan dari *followers* yang mengakses akun TikTok @reviidiyah. Data tersebut bersumber dari biodata diakun TikTok @reviidiyah yang mencantumkan link Grup *whatsapp* Sahabat_Surga dan pemilik akun @reviidiyah juga menjelaskan dibuatnya grup tersebut agar adanya komunikasi antar pemilik akun dengan *followers*.

Tiktok memiliki ciri khas yaitu menawarkan sederet fitur untuk mendukung proses pembuatan konten-konten kreatif, seperti tambahan musik, fungsi pengubah suara, stiker dan efek, filter, *timer*, serta *beautify*

(Pratiwi, 2020). Sehingga dalam aplikasi TikTok banyak akun yang memanfaatkan untuk menyebarkan pengetahuan keagamaan dengan desain grafis, karena khalayak kurang tertarik jika dikemas dengan metode konvensional.

Desain grafis merupakan salah satu sarana komunikasi dakwah melalui sosial media. Dakwah pun bisa dilakukan di manapun dan kapan pun. Melalui media sosial, dakwah bisa tersampaikan dengan baik dibandingkan dengan dakwah melalui acara-acara keislaman (Republika, 2014). Seperti firman Allah dalam QS An-Nahl ayat 125:

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

Artinya : *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, 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”*

Desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari tentang konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatifitas, elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), teks, warna, komposisi, dan tata letak diolah dan digunakan dalam berbagai media komunikasi visual. Semuanya itu dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens yang dituju dengan cara visual, auditori dan audiovisual. Desain komunikasi visual sebagai salah satu seni terapan yang mempelajari perencanaan dan desain komunikasi visual dalam berbagai bentuk informasi (Tinarbuko, 2015, hal. 70). Artinya desain grafis dapat dipahami sebagai seni rupa yang dirancang untuk menyampaikan sebuah pesan, di dalam desain komunikasi visual terdapat beberapa karakteristik. Karakteristik sebuah karya desain grafis ditunjukkan dari bentuk ilustrasi, komposisi, tema, jenis huruf yang digunakan, materi yang disajikan, dan juga tone warna yang dipilih menjadi representasi kondisi dimana dan kapan karya tersebut diciptakan.

Bentuk informasi komunikasi visual dalam media sosial disebut konten. Konten-konten yang meliputi dakwah desain grafis yaitu materi mengenai fiqih, tauhid, ekonomi Islam, dan lain sebagainya. Materi-materi dakwah yang disebarakan pun berasal dari berbagai penafsiran dalam pemahaman ajaran agama Islam (Tresani, 2018). Pada akun TikTok @reviidiyah memfokuskan kontennya mengenai kewajiban seorang muslim, pembahasan didalamnya mengenai bagaimana cara seorang muslim menjalankan kewajibannya sesuai dengan yang dianjurkan oleh Allah dan Rasul-Nya.

Khalayak memiliki sifat keingintahuan yang sangat tinggi. Dalam hal ini khalayak mulai berfikir kritis dan mempunyai keingintahuan terhadap ajaran agamanya. Untuk memenuhi rasa keingintahuannya, banyak dari mereka yang mencari informasi mengenai agama yang mereka anut (Latifah, 2018). Salah satunya mencari informasi keagamaan melalui media sosial TikTok karena pada saat ini TikTok merupakan hal yang familiar bagi mereka. Dilihat dari jumlah *followers* yang banyak diakun @reviidiyah serta bergabung dalam grup *whatsapp* sahabat_surga, peneliti menilai bahwa *followers* tertarik dan ingin lebih mengetahui tentang agama yang *followers* belum ketahui.

Ketika seseorang mengakses akun dakwah di TikTok dan membaca serta melihat sekaligus mendengarkan postingan-postingan dari akun dakwah tersebut, maka hal tersebut dapat dikatakan telah terjadi kegiatan komunikasi antara pemberi informasi yakni admin dari akun dakwah Tiktok dengan penerima informasi yakni orang yang mengakses akun dakwah TikTok. Kegiatan komunikasi tersebut pastinya akan menimbulkan efek kepada tingkat religiusitas penerima informasi tersebut.

Religiusitas merupakan salah satu faktor utama dalam kehidupan. Religiusitas yang tinggi ditandai dengan adanya keyakinan akan adanya Tuhan yang dimanifestasikan dalam proses individu mempelajari pengetahuan mengenai ajaran yang diyakininya dan perilaku yang sesuai dengan ajaran agamanya. Perilaku menjalankan apa yang diperintahkan dan

menjauhi apa yang dilarang oleh agama akan memberikan rasa dekat dengan Tuhan, merasa bahwa doa-doa yang dipanjatkan selalu dikabulkan, rasa tenang, dan sebagainya. Sehingga perilaku keseharian individu benar-benar mencerminkan ajaran agamanya. Individu dengan religiusitas yang tinggi paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan akan ajaran agamanya mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci, aturan peribadatan yang menjadi pegangan individu ketika akan melaksanakan ibadah (Kombih, 2017).

Tingkat religiusitas yang dimiliki seorang individu dapat mengantarkannya mencapai kesejahteraan subyektif dikarenakan keyakinan yang dimilikinya (dimensi ideologi), baik terhadap Allah SWT, malaikat, rasul, kitab suci Al-Qur'an, qadha dan qadar akan melandasi cara berfikir, bersikap dan berperilaku individu (Romadi, 2020, hal. 19-33). Tinggi rendahnya religiusitas khalayak akan mempengaruhi sikap dan penilaiannya terhadap sesuatu. Khalayak dengan religiusitas yang tinggi akan cenderung menyukai hal-hal yang berkaitan erat dengan agama, bila dibandingkan dengan khalayak yang tingkat religiusitasnya rendah. Karena melaksanakan apa yang diperintahkan agama tidak hanya dalam ibadah wajibnya saja, namun juga bagaimana khalayak menjalankan pengetahuan yang dimiliki ke dalam segala aspek kehidupannya (Kombih, 2017). Maka dari itu, dengan adanya akun dakwah yang dikemas menggunakan desain grafis yang menarik diharapkan mampu membuat khalayak dapat menjadikan pribadi yang baik dan memiliki religiusitas yang tinggi.

Tetapi, miris banyak pula yang menyalahgunakan aplikasi TikTok serta menghasilkan video yang tidak pantas menjadi tontonan. Karena aplikasi TikTok memiliki algoritma yang merupakan suatu rekomendasi sistem yang menentukan video mana yang akan tayang di FYP (*For Your Page*) atau halaman awal pengguna (Julius, 2022), sehingga dengan seringnya beredar video-video yang nantinya tidak pantas dilihat dan ditonton akan mengganggu *followers* yang ingin mencari konten dakwah di aplikasi tersebut.

Kondisi-kondisi tersebut merupakan kelemahan dalam pemilihan konten yang perlu segera diatasi. Banyak cara untuk mengatasi kondisi tersebut dengan tidak mencari video-video yang tidak seharusnya ditonton, dengan lebih sering mengakses akun-akun dakwah di TikTok salah satunya yaitu akun @reviidiyah karena dalam akun tersebut menyampaikan materi dakwah yang dikemas dengan desain komunikasi visual sederhana tetapi menarik perhatian khalayak yang menonton.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian secara mendalam melalui kegiatan penelitian mengenai judul “Pengaruh Menonton Dakwah Desain Grafis Di Akun Tiktok @reviidiyah Terhadap Tingkat Religiusitas *Followers* Tahun 2022”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Perkembangan teknologi memunculkan media baru yaitu media sosial yang membuat problematika dakwah semakin kompleks, salah satu problemnya yaitu metode dakwah.
- 2) Dengan kejenuhan khalayak dalam mempelajari Ilmu agama, sehingga masih kurangnya tingkat pengetahuan keagamaan *followers*.
- 3) Lemahnya pemilihan konten dakwah pada media sosial TikTok, sehingga masih banyak akun yang mengupload video-video yang tidak layak ditonton oleh khalayak sehingga mengganggu tingkat fokus *followers* dalam menonton konten dakwah.

C. Pembatasan Masalah

Hasil proposal penelitian ini akan optimal jika peneliti membatasi masalah untuk dapat memfokuskan penelitian, untuk itu peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini hanya meneliti dakwah desain grafis di akun TikTok @reviidiyah.

- 2) Subjek penelitian terfokus pada *followers* yang terdaftar di grup WhatsApp Sahabat_Surga yang merupakan perpanjangan tangan dari *followers* yang mengakses akun TikTok @reviidiyah.
- 3) Peneliti hanya meneliti tentang tingkat religiusitas *followers* pada dimensi pengetahuan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pola penggunaan *followers* dalam mengakses akun TikTok @reviidiyah ?
- 2) Seberapa besar tingkat pengetahuan *followers* setelah mengikuti akun TikTok @reviidiyah?
- 3) Adakah pengaruh menonton dakwah desain grafis di akun TikTok @reviidiyah terhadap tingkat religiusitas *followers*?
- 4) Seberapa besar pengaruh menonton dakwah desain grafis di akun TikTok @reviidiyah terhadap tingkat religiusitas *followers*?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pola penggunaan *followers* dalam mengakses akun TikTok @reviidiyah.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengetahuan *followers* setelah mengikuti akun TikTok @reviidiyah.
- 3) Untuk mengetahui adanya pengaruh menonton dakwah desain grafis di akun tiktok @reviidiyah terhadap tingkat religiusitas *followers*.
- 4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh menonton dakwah desain grafis di akun tiktok @reviidiyah terhadap tingkat religiusitas *followers*.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi bagi khazanah pengembangan keilmuan, pengetahuan serta kajian komunikasi dan penyiaran di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Terutama pengembangan kajian tentang pengaruh menonton dakwah desain grafis di akun TikTok @reviidiyah terhadap tingkat religiusitas *followers*.
- 2) Memperkuat dan memperkaya keilmuan komunikasi Islam dalam penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan, rujukan dan pedoman dalam merumuskan kebijakan, melaksanakan program dan menyelesaikan masalah dibidang dakwah melalui desain grafis di media sosial.
- 2) Menumbuhkan pemahaman bahwa konten dalam media sosial seperti TikTok mampu mempengaruhi tingkat religiusitas khalayak.

