

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman kehidupan yang sekarang ini manusia tidak bisa terlepas dari kecanggihan teknologi yang semakin maju dan sangat berkembang diseluruh dunia. Manusia menggunakan internet untuk terhubung satu sama lain. Dalam kehidupan manusia yang sekarang saling berhubungan di media sosial untuk menjalin komunikasi atau saling bertukar informasi. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresetasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial adalah platform online dengan menyediakan kemudahan akses penggunaan kepada user untuk berbagi, berpartisipasi, jejaring sosial, wiki dan dunia virtual lainnya. Media sosial dapat memberikan informasi dalam waktu yang sangat cepat dan tak terbatas.¹

Media sosial sudah menjadi kebutuhan penting di kehidupan manusia sekarang ini. Dalam media sosial tidak hanya saling berkomunikasi atau saling bertukar informasi tapi di media sosial juga ada hiburan dan dakwah-dakwah yang sudah mengikuti zaman. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah aplikasi TikTok. Menurut laporan dari Sensor Tower

¹ (Cahyono, 2016)

aplikasi TikTok telah diunduh sebanyak 87 juta kali dan menjadikan TikTok sebagai aplikasi paling banyak diunduh mengalahkan aplikasi Zoom yang marak pada masa pandemic Covid-19 (CNN, 2020). Pengguna aktif harian TikTok secara global tercatat per bulan Februari 2021 diperkirakan telah mencapai sebanyak 35,28 juta pengguna, baik yang telah mengakses melalui Android ataupun IOS sekalipun. Berdasarkan laporan tersebut, terdapat 42 persen pengguna TikTok berasal dari kalangan muda dengan rentang usia 18-24 tahun². TikTok masuk ke dalam daftar urutan lima besar kategori media sosial dengan jumlah pengguna aktif, yakni pada urutan ketiga setelah Facebook dan Instagram. Berdasarkan data dari Insider Intelligence, tercatat pengguna aktif TikTok mencapai pada angka 755 juta orang di tahun 2022. Angka tersebut diraih berdasarkan pertumbuhan pengguna aplikasi TikTok pada tahun 2020 yang mencapai 59,8 persen dan 40,8 persen pada tahun 2021.³

Aplikasi TikTok adalah platform yang cukup menarik untuk masyarakat yang terutama generasi muda sekarang karena memiliki special effects unik dan menarik yang dapat diunduh untuk pengguna dengan mudah sehingga dalam pembuatan video pendek dengan hasil yang keren sehingga dapat For You Page (FYP) untuk semua pengguna yang memiliki aplikasi tersebut. Aplikasi TikTok dibuat oleh China pada bulan September 2016 dengan berbasis aplikasi jejaring sosial online. TikTok menjadi media sosial masa kini yang tentu saja sangat populer dikalangan masyarakat terutama generasi zillennial yang banyak memiliki

² Stephanie, 2021

³ Pratama 2022

kemampuan dalam menggunakan akses internet dan preferensi penggunaan media sosial. Dalam pemanfaatannya TikTok juga dapat digunakan sebagai media dakwah. Berdakwah adalah salah satu aktivitas mengajak, menyeru, dan menyampaikan petunjuk dari Allah Swt kepada manusia yang lain agar menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi seluruh larangannya sesuai dengan pesan-pesan kebaikan yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dakwah juga merupakan suatu kewajiban bagi seluruh umat Islam agar dapat menyampaikan seruan dari Allah SWT dengan baik dan benar. Dakwah dapat disampaikan dengan berbagai cara dan juga media. Salah satunya adalah dengan media sosial, dengan berkembangnya teknologi zaman sekarang maka dapat mempermudah para pendakwah untuk menyampaikan dakwahnya secara mudah dan cepat. Para pendakwah tidak hanya dituntut untuk pandai dalam menyampaikan informasi keagamaan melainkan juga mampu memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Salah satunya dengan aplikasi TikTok, aplikasi yang sangat mudah diakses oleh semua masyarakat di seluruh dunia.⁴

Aplikasi TikTok sebagai media dakwah diharapkan mampu meningkatkan efektivitas dakwah dan agar para mad'u dapat mengerti daripada pesan yang disampaikan oleh da'i. Selain itu, di harapkan bagi para mad'u yang di posisikan sebagai komunikan agar dapat memberi efek. Dalam kata lain, mereka mengikuti atau melakukan daripada pesan-pesan dakwah yang sudah disampaikan oleh

⁴ Hilma Agisna Nabila, Nasichah, Ingid Dzulka Ryazi, Muhammad Naufal, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM DAKWAH ISLAM DIKALANGAN MAHASISWA PRODI BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA" , *Nosipakabelo: Jurnal Bimbingan Konseling*, Vol.3, No.2, 2023, 44-45.

pendakwahnya. Apabila hal tersebut terjadi, maka proses dakwah yang sudah dilakukannya berarti sudah efektif karena efek atau feedback sangat penting.⁵

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas platform media dakwah menggunakan TikTok dalam mempengaruhi perilaku beragama di kalangan mahasiswa/i Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari. Alasan mengapa mengambil penelitian terhadap mahasiswa/i FDIK angkatan 2020-2022 karena angkatan ini termasuk angkatan periode Generasi Z dan dimana pada masa 2020 itu adalah masa pandemi, sehingga platform tiktok sangat aktif terutama di kalangan remaja dan dewasa muda termasuk pada mahasiswa FDIK UIN Antasari angkatan 2020-2022. Berdasarkan pra observasi yang telah dilakukan, mahasiswa/i FDIK UIN Antasari memang cocok dan berpotensi menjadi objek penelitian karena rata-ratanya memiliki tiktok dan memanfaatkannya sebagai salah satu media dakwah. Oleh karena itu, dengan penelitian ini juga menjadi langkah awal untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana efektivitas platform tiktok sebagai media dakwah dalam mempengaruhi perilaku beragama pada mahasiswa/i Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari angkatan 2020-2022.

⁵ Elsa Carianta Putri “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH (STUDI KASUS : INSTAGRAM @NUNUZOO)” *Skripsi*, 6-7.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat penggunaan platform tiktok sebagai media dakwah dan pengaruhnya pada perilaku beragama mahasiswa/i FDIK UIN Antasari Banjarmasin?
2. Bagaimana hubungan antara tingkat penggunaan platform tiktok sebagai media dakwah terhadap tingkat perubahan perilaku beragama pada mahasiswa/i FDIK UIN Antasari Banjarmasin?
3. Bagaimana tingkat efektivitas tiktok dalam mempengaruhi perilaku beragama bagi mahasiswa/i FDIK FDIK UIN Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat penggunaan platform tiktok sebagai media dakwah dan pengaruhnya pada perilaku beragama mahasiswa/i FDIK UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui hubungan antara tingkat penggunaan platform tiktok sebagai media dakwah terhadap tingkat perubahan perilaku beragama pada mahasiswa/i FDIK UIN Antasari Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui tingkat efektivitas tiktok dalam mempengaruhi perilaku beragama bagi mahasiswa/i FDIK UIN Antasari Banjarmasin.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah dan memperdalam wawasan ilmu pengetahuan mengenai konsep dakwah secara umum yang berkaitan dengan media dakwah terkhusus pada efektivitas penggunaan platform tiktok sebagai media pada mahasiswa/i FDIK UIN Antasari.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pengguna TikTok yaitu mahasiswa/I FDIK UIN Antasari dan masyarakat luas pada umumnya agar dapat mengetahui efektivitas dari penggunaan aplikasi ini. Serta dapat memberikan penilaian baik secara positif maupun negatif yang telah didapatkan.

E. Definisi Operasional

Guna memberikan penjelasan, pemahaman, dan juga menghindari adanya kesalahpahaman terhadap permasalahan yang diteliti, maka perlu adanya definisi operasional pada bab ini. Tujuan adanya definisi operasional adalah untuk memfokuskan penelitian yang diteliti dengan judul “Efektivitas Tiktok sebagai media dakwah dalam mempengaruhi perilaku beragama bagi Mahasiswa/i FDIK UIN Antasari” maka diperlukan penjelasan definisi dari tiap diksi kata pada judul tersebut yaitu:

1. Efektivitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata efektif mempunyai arti efek pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil.⁶ Jadi efektivitas pada penelitian ini adalah daya guna, ketepatan sebab akibat, dan sebesar apa hasil yang diperoleh akibat sesuatu yang mempengaruhinya.

2. Tiktok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi platform social video pendek yang didukung dengan musik. Aplikasi video musik tersebut dibuat oleh perusahaan Tiongkok yang bernama bytedance, agar semua orang dapat memberdayakan pemikiran-pemikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten.⁷

3. Perilaku Beragama

Perilaku beragama merupakan pernyataan atau ekspresi kehidupan kejiwaan manusia yang dapat diukur, dihitung, dan dipelajari yang diwujudkan dalam bentuk kata-kata, perbuatan atau tindakan jasmaniyah yang berkaitan dengan pengalaman ajaran agama Islam.⁸

4. Mahasiswa/i FDIK Angkatan 2020-2022 UIN Antasari

Mahasiswa/i FDIK UIN Antasari yang diteliti dari 3 angkatan yaitu angkatan 2020-2022 merupakan sekelompok siswa yang sedang menempuh pendidikan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada perguruan tinggi

⁶ KBBI (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*), (Jakarta: PT (Persero) penerbitan dan percetakan, 2000), 352.

⁷ Bagus Prianbodo, *Pengaruh Tiktok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya, di Sekolah Tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Surabaya Tahun 2018*, 29.

⁸ Abdul Aziz Ahyadi, *Psikologi Agama Kepribadian Muslim Pancasila*, (Jakarta: Sinar Baru, 1998), 28.

UIN Antasari Banjarmasin ditandai dengan adanya NIM dan Kartu Mahasiswa dari perguruan tinggi UIN Antasari Banjarmasin.

F. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil-hasil penelitian terdahulu yang menjadi acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitiannya, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Susanti Lestari	PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang Menggunakan Aplikasi Tiktok)	Kualitatif Deskriptif	TikTok sebagai media dakwah adalah media yang efektif jika digunakan dalam berdakwah. bahkan tak jarang para informan juga mengaku merasa terpengaruh dan terdakwa ketika menyaksikan konten-konten dakwah. TikTok juga merupakan suatu hal yang baru dan bersifat inovatif sebagai media dalam berdakwah.	Persamaan terletak pada teori yang sama membahas tentang Platform tiktok sebagai media dakwah.	Topik dan objek yang berbeda. serta jenis penelitian yang digunakan
Elsa Carinta Putri	PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	Kuantitatif	Terdapat pengaruh yang sangat kuat positif antara penggunaan media	Persamaan membahas tentang penggunaa	Perbedaan terletak pada platform

	TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH (STUDI KASUS : INSTAGRAM @NUNUZOO)		social terhadap efektivitas dakwah (studi kasus : instagram @nunuzoo).	n media social dan keefektifitasan. Serta sama sama membahas pengaruh/efektivitas pada variabel penelitian	yang dibahas, penelitian terdahulu membahas platform instagram, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas platform tiktok.
Laila Hanum Safni, Nur Febriyanti, Yasmin Izzatunisa, Muhammad Putra Dinata Saragi.	PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP KONSENTRASI DAN PRESTASI BELAJAR MAHASISWA/I FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA	Kualitatif	Pengaruh baik atau pengaruh positif dalam mengaplikasikan TikTok yaitu banyak sekali manfaatnya Rahmayani Zebua (20), mahasiswi Angkatan 2020 BPI yang mengatakan bahwa, "Tentu saja sering, apalagi digunakan untuk sarana hiburan saat waktu luang". Dari 5 orang yang diteliti, semua mengatakan dengan jawaban yang sama dengan yang dikatakan Dinna Rahmayani Zebua diatas bahwa mereka sering sekali memakai tiktok	Persamaan terletak pada topic yang sama-sama membahas tentang penggunaan aplikasi tiktok.	Perbedaan terletak pada objek serta jenis penelitian yang berbeda antara kualitatif dengan kuantitatif deskriptif.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban atau dugaan sementara dari tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang dibuat. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat efektivitas tiktok dalam mempengaruhi perilaku beragama bagi mahasiswa/i FDIK Uin Antasari 2020-2022.

Ha: Terdapat efektivitas tiktok dalam mempengaruhi perilaku beragama bagi mahasiswa/i FDIK Uin Antasari 2020-2022.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari 5 bab, adapun pembahasannya secara rinci adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN,

bagian ini berisi persoalan mengenai hal yang ingin diteliti berupa : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI,

bagian ini membahas hal yang menjadi alas teori penelitian, yang diambil dari buku atau literatur serta referensi lain yang berkaitan dengan permasalahan, Kerangka Berfikir dan juga Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN,

bagian ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan tempat penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, dan teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian dan saran untuk peneliti berikutnya.

