

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology / ICT*) dekade terakhir telah membawa tren baru ke industri telekomunikasi. Artinya, munculnya berbagai media yang memadukan teknologi komunikasi baru dengan teknologi komunikasi massa tradisional. Baik pada tataran praktis maupun teoritis, fenomena ini sering disebut sebagai konvergensi media dan memiliki beberapa konsekuensi penting.

Dalam praktiknya, perpaduan media tidak hanya memperkaya informasi yang disajikan, tetapi juga memberikan kesempatan kepada khalayak untuk memilih informasi sesuai dengan preferensi mereka sendiri. Konvergensi media tidak begitu serius dan menawarkan kemungkinan-kemungkinan baru yang mendasar dalam pengelolaan, pengiriman, distribusi, dan pemrosesan semua jenis visual, audio, data, dan informasi lainnya. Dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), akan tercipta revolusi baru di berbagai media seperti media elektronik dan kertas cetak serta industrialisasi di berbagai bidang teknologi digital komunikasi.

Teknologi Komunikasi telah memungkinkan untuk berkomunikasi lebih cepat dari sebelumnya antara orang-orang, antara kelompok sosial dan antar bangsa. Oleh karena itu keadaan yang demikian akan menyebabkan suasana saling mempengaruhi antara golongan masyarakat dan antar bangsa menjadi semakin intensif.¹

Sedangkan pada Lingkungan kampus yang sedang mengalami perkembangan dengan dikelilingi oleh lingkungan industri teknologi komunikasi yang cukup seperti internet, yang mana sangat dapat mempermudah para mahasiswa menerima informasi dari berbagai sumber. Tren media yang meningkat secara pesat membuat para pengguna internet tidak bisa lepas dari pengaruh tersebut, sehingga sejalan dengan pesatnya kemajuan teknologi yang saling berlomba untuk menciptakan fitur-fitur pintar dalam satu alat elektronik yang disebut *handphone / smartphone* atau ponsel yang mana setiap individu pasti memiliki alat canggih tersebut.

Peran penting dalam bijak bermedia sosial mendorong para mahasiswa khususnya pada perguruan tinggi yang berbasis Islamiah seperti UIN (Universitas Islam Negeri) dan komunitas-komunitas dakwah dituntut untuk turut ambil andil dalam proses kemajuan tren media sosial, agar dapat memberikan dampak yang positif dalam mengelola akses-akses atau website yang mengandung pemahaman pengetahuan berbagai ilmu agama Islam maupun berbagai ilmu lainnya.

¹ Rahmadi F, *Informasi dan Komunikasi dalam Peraturan Interenasional*, (Bandung: Alumni, 1998), hlm. 3-4.

Dengan perubahan tersebut para mahasiswa perguruan tinggi dan komunitas-komunitas dakwah dituntut untuk tidak boleh berdiam diri dan hanya ikut menikmati fasilitas tersebut, sebagai mahasiswa yang berdaya tinggi, harus mampu memberikan kontribusi lebih pada kemajuan teknologi telekomunikasi saat ini terkhusus pada mahasiswa fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada jurusan Komunikasi penyiaran Islam.

Maka dari itu peran para mahasiswa dan komunitas-komunitas dakwah sangat dibutuhkan untuk membawa perkembangan dalam media sosial / internet dan ikut memanfaatkan perkembangan yang ada di media-media sosial seperti, situs website, platform, blogger, aplikasi online dan lain-lain dengan membawa Islam sebagai agama yang “*rahmatan lil alamin*”.

Sehingga Islam harus disebarluaskan kepada umat manusia. Jika memiliki sebuah ilmu, jangan hanya diamalkan untuk diri sendiri, tetapi harus disampaikan kepada orang lain. Sebagai muslim yang beriman, kita diwajibkan untuk melaksanakan dakwah walaupun hanya satu ayat. Apalagi di era globalisasi yang serba canggih saat ini, banyak strategi, metode, dan media yang dapat kita lakukan untuk melaksanakan siar dakwah.

Hadirnya media-media baru seperti sosial media, jurnal, film, televisi, radio, lukisan, iklan, lagu, dan sebagainya mempercepat penyebaran informasi di berbagai lini. Berbeda ketika pada zaman Rasulullah dan sahabat, media dakwah sangat terbatas, hanya berkisar

pada dakwah *qauliyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'liyah bi al-uswah* ditambah dengan media penggunaan surat (rasail).

Mengingat, jika dahulu dakwah Islam dilakukan secara sederhana dengan mendatangi rumah ke rumah untuk memberikan materi pendidikan Islam, saat ini aktivitas dakwah dilakukan dengan berbagai metode, strategi, dan media. Dengan kemajuan dan kecanggihan alat-alat serta media komunikasi yang ada, sekarang konten dakwah generasi milenial harus banyak unsur virtualnya.

Generasi milenial yang bergantung pada teknologi dan masif menggunakan laptop, iPad, *handphone*, TV, dsb tiap harinya menjadikan media sosial sebagai bagian sangat penting dalam koneksi sosial. Mereka lebih banyak menghabiskan waktunya dalam sehari bersama perangkat teknologi digital dan beragam aplikasi dari pada dengan teman atau anggota keluarga. Inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa komunitas atau kelompok keagamaan untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial, seperti facebook, twitter, whatsApp, Instagram, telegram ataupun aplikasi media pendukung lainnya.

Pada dasarnya naluri manusia akan selalu merespon setiap perubahan yang ada pada sekitarnya dengan kepekaan yang dimiliki manusia tidak heran bila transformasi zaman akan sangat mempengaruhi kebutuhan psikologis manusia sehingga membuat tren apa saja yang nampak di permukaan akan cepat direspon oleh setiap manusia terutama dalam bidang komunikasi, multimedia, dan teknologi.

Mudahnya penyebaran informasi di zaman ini, beberapa perusahaan besar media sosial atau yang disebut *StartUp* atau perusahaan-perusahaan yang berkecimpung dalam menyediakan layanan media sosial, semakin gencar membuat fitur-fitur yang menarik agar dapat dinikmati para penikmat media sosial dan tren tersebut membuka peluang bagi para mahasiswa dan komunitas dakwah untuk menyampaikan pemahaman terhadap agama maupun pengetahuan lainnya, yang mana penikmat media sosial/internet saat ini sangat digandrungi semua kalangan tanpa terkecuali.

Fenomena tersebut harus membuka kepekaan para mahasiswa dan komunitas dakwah, dai muda maupun dai senior dalam menyampaikan dakwah kepada khalayak dengan mengikuti serta melihat tren media-media sosial saat ini. Dengan tuntutan yang diberikan seharusnya para mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terkhusus Jurusan KPI serta para komunitas-komunitas dakwah harus mampu mendobrak pintu-pintu media sosial dengan berbagai kreativitas yang bermanfaat bagi keberlangsungan hidup banyak.

Yang mana melalui media-media tersebut para mahasiswa serta dai-dai harus dapat melakukan kreativitas mereka dalam menyampaikan pesan dakwah mereka, hingga dapat bersentuhan langsung dengan para penikmat media sosial/aplikasi.

Berdasarkan gejala-gejala di atas, setelah menimbang dan mempelajari maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan

judul *“PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP MEDIA APLIKASI SNACKVIDEO SEBAGAI SIAR DAKWAH (Studi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin Angkatan 2018).”*

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap media aplikasi SnackVideo sebagai siar dakwah ?
2. Apakah alasan mahasiswa mengakses media aplikasi SnackVideo ?

C. TUJUAN PENELITIAN:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap media aplikasi SnackVideo Sebagai Siar Dakwah
2. Untuk mengetahui alasan mahasiswa mengakses media aplikasi SnackVideo

D. SIGNIFIKANSI/KEGUNAAN PENELITIAN

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, sebagai berikut

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memaparkan secara jelas mengenai persepsi Mahasiswa terhadap media *online* Aplikasi SnackVideo sebagai salah satu siar dakwah.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam serta menambah referensi mengenai media *online*, mengingat masih kurangnya pembahasan mengenai hal tersebut.

E. DEFINISI OPERASIONAL

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam pengertian yang dikehendaki dalam penelitian ini, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Persepsi

Penelitian ini mengambil fokus pada persoalan persepsi mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunika UIN Antasari Banjarmasin terhadap media aplikasi SnackVideo sebagai siar dakwah. Olehnya itu, konsep umum dalam penelitian ini adalah persepsi. Adapun pengertian persepsi yaitu :

Proses psikologis dalam penerimaan dan pemaknaan pesan. Dalam konteks komunikasi massa, persepsi menentukan pemahaman

khalayak terhadap pesan-pesan media massa.² Persepsi adalah proses internal (dalam) yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi, dan mengendalikan rangsangan dari lingkungan eksternal (luar). Dengan kata lain, persepsi adalah bagaimana kita memperoleh pengalaman bermakna dari energi yang mengelilingi kita.

4. Sifat Media

Sifat media dalam penelitian ini sesuai dengan sifat media *online* dalam konteks ini aplikasi SnackVideo. Dalam hal ini sifat media terbagi menjadi beberapa bagian:

a. Kesiapan

Kesiapan yang dimaksud peneliti adalah media *online* memiliki sifat khusus yang tidak dimiliki media cetak. Jika media cetak memerlukan proses panjang untuk sampai ketangan khalayak, media *online* justru memiliki kemampuan untuk segera menyampaikan informasi kepada khalayak dalam hitungan detik.

b. Penyediaan Stabilitas

Penyediaan stabilitas didefinisikan sebagai kapasitas tampilan media *online*. Yaitu apakah aplikasi SnackVideo tersedia di mana saja.

² Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Cet. 1; Yogyakarta: LKiS, 2007), h. 203

c. Memberikan beragam video

Salah satu ciri media *online* adalah kemampuannya menyajikan informasi/konten dalam kategori tertentu secara teratur, dan biasanya dalam jangka waktu tertentu. Potongan informasi/konten yang panjang dibagi menjadi beberapa video terpisah, yang biasanya disajikan hanya sekali. Sifatnya selalu berkesinambungan atau berkelanjutan. Media *online* menawarkan *fleksibilitas* dalam menyajikan informasi/konten yang berkelanjutan. Di media aplikasi SnackVideo kita bisa menemukan daftar konten terkait sesuai dengan video yang ingin kita tonton.

2. Siar Dakwah

Dalam Islam menyampaikan dakwah adalah sebuah kewajiban atau fardhu qifayah. Firman Allah swt dalam qur'an surah ali imran ayat 104,

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang mengajak kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf, dan

mencegah dari yang mungkar. Merekalah orang-orang beruntung"
(QS Ali Imran: 104).³

Dalam anjurannya maka setiap masyarakat harus turut menyampaikan kebaikan walaupun hanya satu ayat, dan itu tercantum dalam Hadist Rasulullah. Dari Abdullah ibn Amr ibn Ash RA, Sesungguhnya Nabi Muhammad saw bersabda,

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

"Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat".⁴ (HR Bukhari)

Siar dakwah yang di maksud peneliti di sini adalah Aplikasi SnackVideo menjadi satu wadah sebagai Siar dakwah dalam menyajikan video-video dakwah, yang akan dijadikan peneliti sebagai sasaran peneliti mengenai persepsi mahasiswa terhadap media aplikasi SnackVideo sebagai siar dakwah (Studi Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin Angkatan 2018).

3. Mahasiswa

Pada penelitian ini peneliti melibatkan peran mahasiswa, mahasiswa yang dimaksud adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

³Al-Qur'an Surah Ali Imran: 104

⁴Yhouga Pratama, *Sampaikan Ilmu Dariku Walau Satu Ayat*, (Online: 30 mei 2021), Diakses tanggal 21Desember 2022, terdapat pada <http://muslim.or.id/6409-sampaikan-ilmu-dariku-walau-satu-ayat.html>

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2018 yang akan dijadikan peneliti sebagai subjek penelitian.

4. Media *Online*/ Media Sosial

Media *Online* maupun media sosial adalah sebuah tempat untuk mendapatkan informasi. Media *online*/sosial yang dimaksud penulis adalah media aplikasi SnackVideo yang akan dijadikan peneliti sebagai objek penelitian.

F. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 1.1 Penelitian terdahulu

| No | NAMA | Judul Penelitian Terdahulu | Perbedaan | Persamaan |
|----|-----------------|---|--|---|
| 1 | Yoga Abriawan | Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Riau(Uir) Terhadap Akun Alter Di Media Sosial Twitter | Objek penelitian dari media sosial Twitter | <ol style="list-style-type: none"> 1. Membahas mengenai persepsi mahasiswa 2. Subjek penelitian mahasiswa 3. Menggunakan metode Kualitatif Lapangan |
| 2 | M. Hadi Saputra | Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Online Jejamo.Com Sebagai Sumber Informasi Seputar Lampung (Studi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin | Objek Penelitian dari berita Online Jejamo.com | <ol style="list-style-type: none"> 1. Membahas mengenai persepsi mahasiswa 2. Subjek penelitian Mahasiswa 3. Menggunakan metode kualitatif lapangan 4. Mengangkat |

| | | Raden Intan Lampung Angkatan 2015) | | nama jurusan KPI |
|---|-------------------------|---|--|---|
| 3 | Muh. Husain Alhas | Persepsi Masyarakat Makassar Terhadap Media Online Tribun Timur Sebagai Sumber Informasi | 1. Objek Penelitian dari Media Online Tribun Timur 2. Subjek penelitian adalah masyarakat Makassar | 1. Membahas mengenai persepsi 2. Menggunakan metode kualitatif lapangan |
| 4 | Muhamm ad Fauzi | Persepsi Jamaah Terhadap Kegiatan Keagamaan Di Masjid Hudaibiyah | 1. Objek Penelitian dari Kegiatan Keagamaan masjid Hudaibiyah 2. Subjek penelitian adalah jamaah | 1. Membahas mengenai persepsi 2. Menggunakan metode kualitatif lapangan |

Sumber: Analisis Skripsi,

G. SISTEMATIKA PENULISAN

1. BAB I Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu, dan Sistematika Penulisan.
2. BAB II Landasan Teori yang terdiri dari Tinjauan teori tentang permasalahan yang diteliti, dan Kerangka Pemikiran.
3. BAB III Metode Penelitian yang terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian/ Populasi dan Sampel Penelitian, Lokasi Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik

Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Pengecekan Keabsahan Data.

4. BAB IV Laporan Hasil Penelitian yang berisi Hasil Penelitian dan Pembahasan.
5. BAB V Penutup yang Berisi Simpulan dan Saran-Saran.
6. Daftar Pustaka
7. Lampiran
8. Daftar Riwayat Hidup