

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi semakin hari seolah semakin tidak terbatas. Seiring perkembangan zaman, beragam “buah” dari perkembangan teknologi semakin bermunculan. Utamanya dalam teknologi informasi dan komunikasi. Internet merupakan salah satu hasil nyata dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Seiringan dengan bermunculannya beragam gawai pintar atau yang akrab kita kenal dengan *smartphone* dan aplikasi canggih yang lengkap di dalamnya, internet seolah menjadi tulang punggung itu semua. Dengan kata lain, semua gawai tidak akan berjalan sebagaimana mestinya jika tidak ada internet sebagai penopangnya. Tentunya, hal tersebut sedikit banyaknya mengubah pola komunikasi manusia. Jika dulu komunikasi dilakukan secara langsung dengan bertatap wajah, kini siapapun dapat berkomunikasi dengan siapa saja, kapan saja dan di belahan bumi mana saja.

Dukom (2011) menjelaskan bahwa *Interconnected networking* atau yang disingkat dengan internet adalah rangkaian komputer yang terhubung dalam beberapa rangkaian. Dengan kata lain, internet memungkinkan penggunanya berkomunikasi dan saling bertukar informasi tanpa adanya batasan ruang maupun waktu. Dengan kecanggihannya, siapa saja dapat dengan mudah mencari dan berbagi berbagai informasi dari mana saja dan kapan saja dengan bantuan internet yang terhubung pada gawainya. Tidak heran jika hampir semua aspek dalam kehidupan manusia saat ini seolah tidak dapat terlepas dari kehadiran internet sebagai penopangnya. Sebagian besar lapisan masyarakat memang sangat akrab dan seolah tidak dapat terpisahkan dari internet. Baik muda tua, baik laki-laki maupun perempuan menjadi pengguna internet yang begitu setia. Hal tersebut juga disokong dengan semakin mejamurnya *smartphone* dengan harga yang cukup terjangkau.

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTAKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN

REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Kehadiran internet juga erat kaitannya dengan munculnya berbagai media sosial. Media sosial atau dalam bahasa asing *social media* adalah produk dari media *online* yang mampu mendukung masyarakat dalam melakukan interaksi sosial menggunakan media yang lebih efektif dan interaktif. Begitu banyak masyarakat yang melakukan akses dan membuat akun di berbagai platform media sosial. Hal tersebut dilakukan karena memang begitu banyaknya manfaat yang muncul dan bergabung dengan media sosial, diantaranya adalah menemukan teman-teman yang seide atau sehoobi, memperluas wawasan dan ilmu, meningkatkan prospek bisnis, publikasi ide, dan lain sebagainya (Magdalena, 2009, hal.6).

Dengan media sosial, memungkinkan untuk seseorang membuat *web page* pribadi yang membuat dirinya terhubung dengan siapapun yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk bertukar informasi dan juga berkomunikasi. Media sosial berbeda dengan media tradisional yang menggunakan media cetak dan media *broadcast*. Media sosial yang memang merupakan produk dari internet menggunakan bantuan internet dalam proses jalannya. Media sosial memungkinkan untuk siapa saja yang ikut berpartisipasi bersosialisasi dan berkomunikasi dengan cara memberikan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagikan berbagai informasi dalam waktu yang tidak lama. Untuk membuat akun media sosial, tidaklah sulit dan hanya membutuhkan waktu yang singkat.

Berbagai aplikasi media sosial muncul dengan beragam fitur yang dimiliki oleh masing-masingnya. Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Line sudah bukan lagi menjadi hal yang asing bagi sebagian besar masyarakat, remaja utamanya. Generasi yang memang lahir di zaman pesatnya perkembangan teknologi ini memang menjadi konsumen utama dari berbagai media sosial yang ada. Dengan lihai dan lincahnya mereka berselancar di internet dan aktif mengolah berbagai macam akun media sosial yang mereka punya.

Salah satu media sosial yang kini populer dan begitu banyak digunakan adalah Instagram. Dilansir dari sebuah artikel yang ditulis oleh Hasibuan (2019) pada laman cnbcindonesia.com, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh WeAreSocial.net

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTAKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN

REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

dan juga Hootsuite menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang memiliki jumlah pengguna paling banyak yang menempati urutan ke-tujuh di seluruh dunia. Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk bisa berbagi unggahan yang berupa foto ataupun video. Selain itu, Instagram juga menyediakan fitur filter digital yang bisa diterapkan oleh para penggunanya pada foto maupun video yang akan mereka unggah di akun Instagram miliknya. Tiap media sosial memiliki sistem atau istilah pertemanan yang berbeda-beda. Sistem atau istilah pertemanan pada Instagram menerapkan istilah *following* dan *followers*. *Following* merujuk untuk kepada siapa saja suatu akun Instagram mengikuti, dan *followers* untuk menunjukkan oleh siapa saja akun tersebut diikuti.

Saat ini, hampir semua kalangan yang berasal dari beragam golongan usia, kenal dan akrab dengan Instagram. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa sebagian besar telah mengenal dan aktif menggunakan Instagram. Hampir semua kalangan menerima Instagram karena tersedianya berbagai fitur menarik yang dalam perjalanannya terus berinovasi sehingga membuat penggunanya tidak merasa jenuh dalam penggunaannya. Dilansir dari artikel yang ditulis oleh Hasibuan (2019) pada cnbcindonesia.com bahwa *Country Director Facebook* Indonesia Sri Widowari mengatakan Indonesia bisa jadi pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik karena orang-orang menggemari platform yang kaya visual itu.

Seiring berjalannya waktu Instagram kian dan terus berkembang. Dari segi fungsi, fitur, maupun informasi yang tersedia di dalamnya. Pada mulanya, Instagram hanyalah media untuk saling berkomunikasi dan mengekspresikan diri bagi pemiliknya, namun kini Instagram telah berkembang lebih luas karena mampu berbagai informasi yang berupa pengetahuan, hiburan maupun informasi lainnya. Tidak hanya itu, saat ini Instagram juga menjadi media yang digunakan untuk berbagai kepentingan salah satunya sebagai wadah untuk berdakwah.

Dakwah memang merupakan sebuah istilah yang akrab dengan salah satu agama yang ada di Indonesia, yakni Islam. Menurut Munawir (1997) yang dikutip dalam buku Wahidin (2011) bahwa pada dasarnya dakwah dalam Islam merupakan

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTACKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN

REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

perilaku atau tindakan seorang penganut agama Islam (muslim) dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah, yang dalam prosesnya melibatkan unsur da'i, pesan dakwah, perilaku memanggil, menyeru atau mengajak, dengan metode dakwah, media dakwah, *mad'u* (sasaran dakwah) dalam tujuannya melekat cita-cita ajaran Islam yang berlaku sepanjang zaman dan di setiap tempat. Selain itu, menurut Aliyudin (2009) dakwah adalah proses transmisi, transformasi, dan difusi serta internalisasi ajaran Islam. Dakwah merupakan satu bagian yang pasti ada dalam kehidupan umat beragama. Dalam ajaran Islam, itu merupakan suatu kewajiban yang dibebankan oleh agama kepada seluruh pemeluknya. Sehingga, dengan demikian, dakwah bukanlah semata-mata timbul dari pribadi atau golongan, walaupun setidaknya harus ada golongan yang melaksanakannya (Shihab, 1995, hal.194).

Dengan perkembangan zaman yang memunculkan berbagai media, bentuk dan proses dakwah pun ikut berubah. Jika dulu begitu kita mendengar kata dakwah yang langsung terlintas di benak kita adalah seorang penceramah yang sedang berbicara di atas mimbar, kini dakwah hadir dalam bentuk yang berbeda. Dengan media yang lebih akrab dengan masyarakat, yakni media sosial, dakwah dilakukan secara masif bukan hanya oleh mereka pemuka agama, ustadz ataupun penceramah, namun juga oleh siapa saja yang ingin menyampaikannya. Mulai dari Facebook, Youtube, Instagram bahkan Whatsapp menjadi media yang sering kali digunakan dalam berdakwah. Dalam bentuk teks, gambar, bahkan video.

Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan dalam berdakwah. Adanya fitur yang beragam dalam Instagram, hal tersebut dimanfaatkan oleh para penyampai dakwah. Berbagai akun dakwah pun bermunculan. Baik akun resmi yang memang dimiliki langsung oleh tokoh yang bersangkutan seperti akun Instagram milik @felixsiauw, @handy.bonny, @oemar_mita, @act_elgharantaly, @hanan_attaki dan masih banyak lagi, maupun akun yang hanya menyediakan konten yang berasal dari ceramah beberapa da'i di Indonesia. Beberapa diantaranya adalah @kajianmusawarah, @dakwahsocmed, @yufid.tv, @shiftmedia.id, @kumpulankajian dan masih banyak lagi yang lainnya. Akun-akun tersebut secara

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTAKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

aktif membagikan berbagai konten yang berisi dakwah baik dalam bentuk foto maupun video. Informasi yang mereka sampaikan berupa *podcast* yang berisi ceramah dari beberapa da'i, *quotes* Islami, potongan ayat suci dan hadis, hingga jadwal kajian yang diadakan di beberapa tempat.

Tabel 1. 1 Beberapa Akun Dakwah Instagram

No.	Nama Akun	Jumlah Followers	Screen Shot Akun
1.	@kajianmusawarah	761 ribu	
2.	@oemar_mita	800 ribu	
3.	@hanan_attaki	7,7 juta	

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTAKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN

REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

4.	@dakwahsocmed	352 ribu	
----	---------------	----------	--

(Sumber : Olahan Peneliti)

Remaja adalah fase dimana kejiwaan seseorang akan mengalami banyak gejolak dari dunia luar. Hal-hak tersebut dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap dirinya, dengan pada dasarnya remaja sudah memiliki sifat mudah terpengaruh, suka meniru dan ingin dianggap super dan paling hebat, semakin membuat langkah yang dilakukan tanpa memikirkan resiko dan bahkan menjurus pada suatu perbuatan yang melanggar norma agama. Pada hakikatnya, remaja adalah masa dimana seseorang sedang berjuang untuk membentuk perilaku yang akan terus melekat pada dirinya hingga di masa mendatang. Perilaku remaja saat ini cenderung mendekati perilaku yang negatif tidak memungkiri karena semakin berkembangnya era globalisasi gaya hidup dan perilaku remaja saat ini, di dalam sebuah pergaulan remaja sudah tercampur dengan gaya pergaulan dari luar, alhasil banyak kebudayaan kita tidak menjadi tradisi di kalangan remaja. Salah satu hal yang mempengaruhi perilaku remaja adalah media sosial yang mereka gunakan. Dengan media sosial, remaja dapat dengan mudah melihat, meniru dan mencontoh hal-hal yang tidak sesuai dengan norma yang ada. Contohnya saja, adegan dewasa, model pakaian yang tidak sesuai dengan kebudayaan kita, *cyber bullying* dan berbagai macam hal buruk lainnya bisa terjadi di media sosial, khususnya Instagram.

Remaja merupakan salah satu kalangan yang paling aktif menggunakan Instagram. Berdasarkan dari artikel yang ditulis oleh Wardani (2019) pada liputan6.com, di Indonesia pengguna Instagram terbanyak berusia 18-24 tahun. Data yang juga tidak jauh berbeda ditunjukkan oleh artikel yang ditulis oleh Bohang (2018), bahwa dari hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTACKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN

REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

Indonesia (APJII) bahwa hampir setengah dari jumlah keseluruhan pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam rentang usia 19-34 tahun yakni sebesar 49,52%. Data tersebut menunjukkan betapa masifnya penggunaan media sosial Instagram pada kalangan remaja. Akrabnya media sosial Instagram dengan remaja, tentunya membawa pengaruh bagi para remaja. Hal tersebut menjadi topik yang cukup banyak diteliti. Berdasarkan pencarian yang peneliti lakukan melalui internet maupun beberapa portal jurnal, ditemukan begitu banyak penelitian yang membahas tentang pengaruh yang diberikan oleh media sosial terhadap perilaku para penggunanya khususnya remaja.

Penggunaan Instagram yang masif di kalangan remaja juga mempengaruhi pola penyampaian pesan yang dilakukan oleh para pendakwah di Instagram. Untuk menarik perhatian dan mengefektifkan pesan dakwah agar dapat diterima oleh remaja, sebagian besar akun dakwah menggunakan bahasa non formal atau santai yang memang akrab dengan kalangan remaja. Selain itu, bahasan-bahasan dakwah yang disampaikan pun berkaitan dengan masalah-masalah yang tidak asing bagi remaja. Seperti seputar ke-galau-an di masa yang masih belia, hubungan dengan lawan jenis dalam pandangan Islam dan hal-hal lainnya yang memang menarik perhatian remaja. Pengemasan konten yang berupa foto maupun video pun dikemas semenarik mungkin untuk dapat diterima oleh para remaja.

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan penelitian pada salah satu akun Instagram yang cukup aktif mengunggah konten-konten dakwah, yaitu akun Instagram Hanan Attaki. Beliau merupakan salah satu da'i atau penceramah yang memang cukup akrab dengan kalangan remaja atau pemuda. Dengan karakternya yang khas, penyampaian yang santai dan penampilan yang mengikuti gaya anak muda, penceramah tersebut cukup menarik hati para remaja untuk mendengar isi tausiyahnya. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pengikut pada akun Instagramnya yang mencapai angka 7,7 juta pengikut (per tanggal 19 September 2019). Bahkan beliau dijuluki sebagai "bapak hijrah". Beliau juga merupakan *founder* dari @Shift, yang merupakan salah satu komunitas yang berisikan anak-anak muda

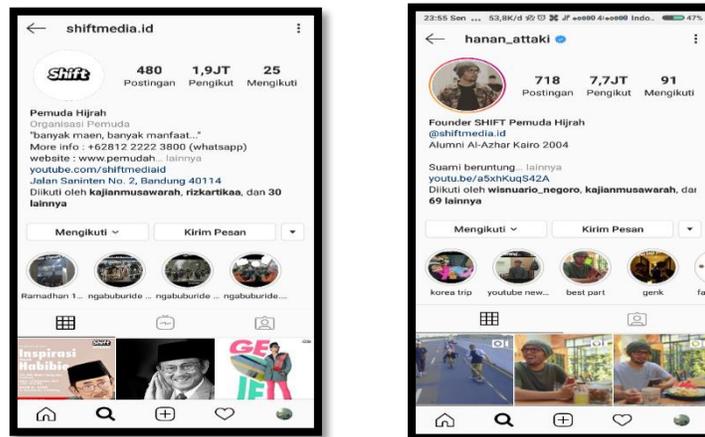
Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTAKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

yang baru atau belum lama berhijrah untuk mengisi waktu dengan kegiatan-kegiatan yang juga biasa dilakukan oleh anak muda namun tetap bermanfaat. Sejalan dengan *tagline* mereka yaitu “Banyak main, banyak manfaat”



Gambar .1.1 dan 1.2
Tampilan Profil Instagram @shift dan @hanan_attaki
(Sumber : Screenshoot peneliti)

Penyebaran dakwah dengan media sosial Instagram memang merupakan salah satu cara yang cukup efektif untuk menyebarkan syiar agama. Dengan melihat dan mengetahui konten-konten atau postingan dakwah yang disediakan oleh para akun dakwah di Instagram, akan memunculkan ketertarikan remaja untuk mempelajari ilmu agama Islam lebih mendalam. Hal tersebut sedikit banyaknya akan mempengaruhi perilaku keagamaan seorang remaja.

Depdikbud (1995) menerangkan bahwa perilaku dari segi bahasa diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan kata keagamaan, menurut Depdikbud (1995) yakni berasal dari kata yang memiliki kata dasar agama yang berarti sistem, prinsip kepercayaan kepada Tuhan dengan ajaran kebaktian dan kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu. Dengan demikian perilaku keagamaan bisa diartikan sebagai segala tindakan itu perbuatan atau ucapan yang dilakukan seseorang sedangkan perbuatan atau tindakan serta ucapan tadi akan terkaitannya dengan agama, semuanya dilakukan karena

adanya kepercayaan kepada Tuhan dengan ajaran, kebaktian dan kewajiban-kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan (Fauzi, Skripsi, 2015, hal.35).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti menjadikan media sosial Instagram sebagai variabel bebas (variabel X) dan perilaku keagamaan pada remaja sebagai variabel terikat (variabel Y). Pemilihan variabel perilaku keagamaan pada kalangan remaja ini, menjadi salah satu pembeda dan signifikansi yang cukup kuat bagi penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya. Karena sejauh ini, belum ditemukan penelitian yang membahas tentang pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku keagamaan pada kalangan remaja.

1.2 Rumusan Masalah

Dari hasil identifikasi masalah yang telah penulis tentukan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Adakah pengaruh media sosial Instagram @hanan_attaki terhadap perilaku keagamaan pada kalangan remaja?
- b. Seberapa besar pengaruh media sosial Instagram @hanan_attaki terhadap perilaku keagamaan pada kalangan remaja?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh informasi dari media sosial Instagram. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh media sosial Instagram @hanan_attaki terhadap perilaku keagamaan pada kalangan remaja.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi berbagai kalangan. Manfaat dari penelitian yang didalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademik:

- a. Penelitian inidiharapkan menjadi acuan dan referensi bagi penelitian sejenis dalam Ilmu Komunikasi, khususnya yang terfokus pada kajian media sosial.

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTAKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN

REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

- b. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran atau pengembangan pada bidang Ilmu Komunikasi mengenai media sosial dan pengaruhnya.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian semacam ini, maka kita dapat mengetahui lebih jelas lagi mengenai pengaruh dari media sosial utamanya pada dampak positif yang diberikan.

- a. Bagi masyarakat, diharapkan penelitian ini membawa manfaat pengetahuan tentang pengaruh dan dampak positif dari media sosial Instagram, sehingga dapat menggunakan media sosial tersebut secara lebih bijak.
- b. Bagi remaja, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat dalam menggunakan media sosial Instagram utamanya dalam tahap pencarian jati diri dan pengembangan perilaku keagamaan.
- c. Bagi akun Instagram @hanan_attaki, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan tolak ukur bagi konten-konten yang akan dihasilkan kedepannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang terdapat pada penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan mengenai hal-hal yang relevan dengan topik penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis bagi pihak-pihak terkait, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Terdiri dari penelitian terdahulu yang dituangkan dalam bentuk tabel, konsep-konsep penelitian yang menjelaskan pengertian dari beberapa konsep yang terdapat

Syarifaturukiyah, 2020

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HANAN ATTAKI TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN PADA KALANGAN

REMAJA (Surevi Pada Followers Hanan Attaki)

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

dalam penelitian, teori penelitian, kerangka berpikir untuk menjelaskan secara teoritis pertautan antar variable penelitian dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri metodologi penelitian yang menjelaskan cara dan prosedur bagaimana kegiatan penelitian ini dilakukan, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian mengenai deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis variabel, serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dari penelitian dan juga saran yang berkaitan dengan hasil analisis dan pembahasan penelitian

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN