

# BAB I

## PENDAHULUAN

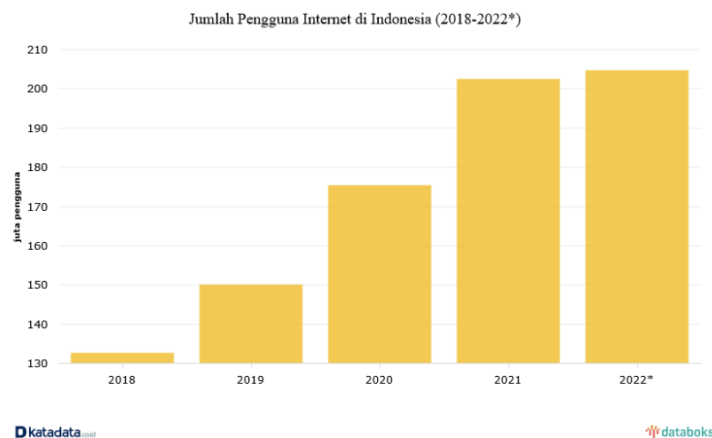
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dari komunikasi dengan sesamanya. Disebutkan bahwa *we can not not communicate* yang artinya bahwa manusia tidak dapat tidak berkomunikasi.

Dakwah Islam seperti pengajian merupakan salah satu contoh dari komunikasi itu sendiri. Selain itu dewasa ini dakwah dapat ditemukan dimana saja, apalagi di era 4.0 sekarang yang mengedepankan digitalisasi. Pun sama halnya dengan dakwah Islam semakin berkembang di ranah publik. Indonesia adalah bangsa yang besar dan peka terhadap perkembangan digital. Hal ini terbukti dari data yang menunjukkan bahwa Indonesia merupakan pengguna internet terbanyak di dunia.

Melansir dari data books bahwa Indonesia merupakan pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan dari *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022.

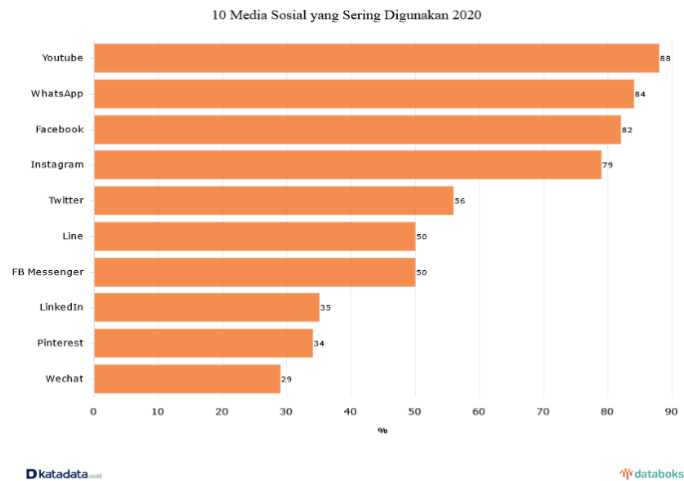
Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia



Sumber: data books

Melansir data yang sama, ada beberapa *platform* yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, seperti Youtube, Whatsapp, Facebook dan sebagainya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 1.2 Media yang paling banyak digunakan 2020



*Sumber: data books*

Membahas pengajian, sudah bukan hal yang awam lagi, sebagai contoh pengajian daring. Pengajian daring (*online*) sedang marak dilakukan belakangan ini, hal tersebut merupakan inovasi dan perkembangan media setelah pandemi melanda dunia dua tahun belakangan. Banyak pengajian yang awalnya tatap muka di muka umum sekarang beralih menjadi *hybrid* (kombinas luring dan daring), hal yang sama juga dilakukan Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah. Menyikapi hal tersebut, Majelis Tabligh PP Muhammadiyah sejak awal sudah berinovasi dengan kemajuan teknologi dan memanfaatkannya, sekarang banyak diantara pengajian Muhammadiyah yang dilakukan secara luring kemudian dipadukan dengan *streaming*.

Konten dakwah digital menjadi penting untuk dibahas karena perkembangan media yang semakin aktif memaksa kita semua khususnya *da'i* untuk berevolusi dalam menyampaikan pesan dakwah. Dalam Al-Qur'an disebutkan dalam surah Ali 'Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Oleh karena itu, berdakwah tidak hanya dapat dilakukan di masjid saja, akan tetapi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Untuk itu, agar kegiatan dakwah dapat berjalan efektif dan efisien sesuai dengan target yang direncanakan, maka seorang *da'i* harus benar-benar memahami tidak hanya apa itu dakwah. Melainkan tahu perihal apa saja materi-materi dakwah yang sesuai dengan konteks zaman yang terkini, sehingga cerdas dalam menentukan metode dan media sebagai penyampai pesan-pesan dakwah yang paling tepat (Dulwahab, 2010).

Majelis tabligh Muhammadiyah merupakan bidang organisasi yang pertama kali didirikan oleh Kiai Dahlan untuk memudahkan fokus dan jangkauan dakwah disamping mengembangkan Taman Pustaka lewat bacaan dan informasi dan Penolong Kesengsaraan Oemoem (PKO) (Muhammadiyah.or.id/Kilas pendek sejarah pendirian majelis tabligh).

Sukaca menyebutkan dalam website *Muhammadiyah.or.id* bahwa AR Fachruddin selalu menegaskan bahwa pengajian adalah ruh-nya Muhammadiyah. Tanpa pengajian, Muhammadiyah bagaikan jasad yang sudah tak bernyawa. Bagaimanapun hebatnya seseorang, bila nyawanya

sudah tak ada, ia hanyalah mayat yang tidak lagi mampu memberikan kemanfaatan bagi orang lain. Ia menjadi tanggungjawab orang lain untuk memandikan, mensalatkan dan menguburkan. Demikian halnya dengan Muhammadiyah, bila tanpa pengajian, ia kehilangan kemampuan memberikan kemanfaatan bagi ummat, bahkan menjadi beban.

Organisasi nirlaba merupakan lembaga yang tujuannya bukan untuk mencari keuntungan, tetapi untuk mendukung kepentingan publik dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Park & Hankuk, 2010). Kim dan Salamon dalam (Park & Hankuk, 2010) menekankan pentingnya organisasi nirlaba dan berpendapat bahwa di abad ke-21, kesejahteraan dan kebahagiaan manusia bergantung pada organisasi nirlaba seperti kelompok aktivis, organisasi amal dan organisasi masyarakat.

Menurut Johnson dan Morth dalam (Sugiyanto et al., 2018) umumnya, terminologi yang digunakan untuk mengklasifikasikan organisasi nirlaba dikelompokkan menjadi tiga jenis utama, yaitu: amal, yayasan dan asosiasi. Menilik dari ketiga jenis tersebut maka Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah merupakan salah satu organisasi nirlaba yang orientasinya masuk pada kategori yayasan dan amal.

Menurut PSAK No. 45 bahwa “organisasi nirlaba memperoleh sumber daya dari sumbangan para anggota dan para penyumbang lain yang tidak mengharapkan imbalan apapun dari organisasi tersebut”. Sebagai organisasi nirlaba, Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah mengandalkan tenaga daripada para relawan untuk memproduksi konten dakwah dan mengatur jalannya keberhasilan dakwah Islam.

Lebih lanjut lagi disebutkan ada tiga karakteristik organisasi nirlaba, yaitu: *pertama*, sumber daya organisasi berasal dari para penyumbang yang tidak mengharapkan pembayaran kembali atau manfaat ekonomi yang sebanding dengan jumlah sumber daya yang diberikan. *Kedua*,

menghasilkan barang dan jasa tanpa bertujuan untuk memperoleh jasa, dan jika suatu organisasi tersebut mendapatkan laba, maka jumlah tidak pernah dibagikan kepada para pendiri atau pemilik organisasi tersebut. *Ketiga*, tidak ada kepemilikan seperti kebanyakan organisasi bisnis, dalam artian bahwa kepemilikan dalam organisasi nirlaba tidak dijual, dialihkan, atau ditebus kembali, atau kepemilikan tersebut tidak mencerminkan proposisi pembagian sumber daya organisasi pada saat likuidasi atau pembubaran organisasi (Surjadja, 2019).

Pengajian daring membutuhkan beberapa pihak tertentu untuk mensukseskan jalannya acara tersebut. Berbagai peran dibutuhkan dalam keberhasilan acara siaran langsung pengajian daring. Pihak tersebut antara lain, operator, kameramen, artistik dan sebagainya.

Komunikasi dibutuhkan untuk melancarkan kegiatan bersama. Komunikasi dapat terjalin baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi dapat berlangsung dalam berbagai konteks, mulai dari komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi sampai dengan komunikasi massa (Suciati, 2015).

Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan (*Rakhmat, 2011:116*). Komunikasi yang efektif akan melahirkan kelancaran dalam pekerjaan tertentu, apalagi kerja sama antar anggota. Oleh karena hal tersebut, perlunya kerjasama yang baik dengan orang-orang yang berada di belakang layar agar suksesnya acara tersebut. Karena komunikasi yang buruk akan memicu terjadinya konflik, yang berdampak pada produksi konten dakwah yang kurang bagus.

Dalam kasus tim studio tabligh digital adalah komunikasi interpersonal anggota tim. Tim adalah unit yang terdiri dari dua orang atau lebih yang berinteraksi dan mengkoordinasi kerja mereka untuk tujuan tertentu. Dalam penjelasan tersebut setidaknya ada tiga poin utama yang harus digaris bawahi. Pertama, dibutuhkan dua orang atau lebih. Kedua, orang-orang dalam sebuah

tim memiliki interaksi yang terus-menerus terjadi, atau dalam hal ini komunikasi interpersonal yang melekatkan. Ketiga, orang-orang dalam sebuah tim memiliki tujuan yang sama. Kenapa tim studio memiliki peranan penting dalam memproduksi konten dakwah? Karena tim studio tabligh yang bertanggung jawab atas kemasan dan isi dari suatu konten dakwah, apakah tayangan tersebut menarik dan dapat diambil pesan dari setiap kontennya.

Tim studio tabligh digital terdiri dari *executive producer*, admin media sosial dan beberapa anggota yang membantu berjalannya studio tabligh digital.

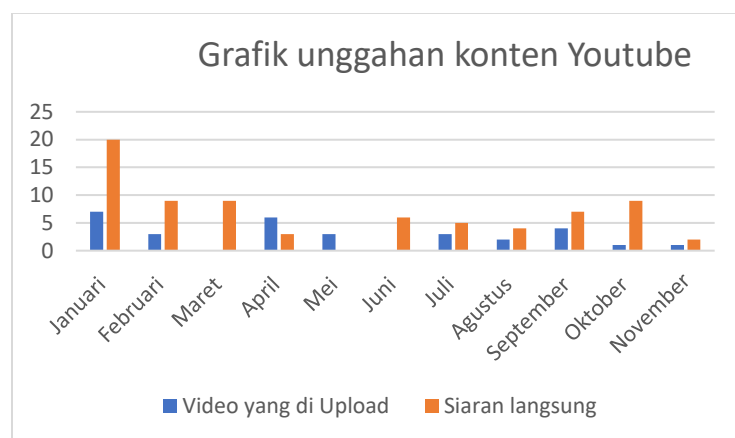
Komunikasi interpersonal memiliki efek yang bagus dalam melancarkan saling bertukar pesan. Karena komunikasi interpersonal bukan hanya berlangsung diantara dua orang. Bisa saja dalam kelompok kecil, yang memungkinkan semua anggota kelompok kecil itu bisa saling bertatap muka, dan memiliki giliran untuk berbicara dan mendengarkan dalam suasana yang akrab (Iriantara dalam Sugiarto,2020:3).

Beberapa dari konten dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah sudah memiliki penonton setia, hal tersebut dibuktikan dari penayangan video dan pengikut di akun media sosialnya.

*Channel* Youtube Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah berdiri sejak 5 Maret 2019 dan sudah mengupload video sebanyak 748 (sosialblades.com) juga sudah ditonton 465.414 kali per tanggal 27 November 2022. Sementara itu akun Instagram Majelis Tabligh PP Muhammadiyah memiliki pengikut sebanyak 18.500 akun, sedangkan Facebook diikuti 15.432 akun, dan Tiktok memiliki 101 pengikut dan 1026 *likes*, sementara website sudah dikunjungi sebanyak 29.087.

Untuk melihat seberapa intensif Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah dalam meng-*upload* video pada *channel* Youtube, dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Gambar 1.3 Grafik peng-*upload* an konten Youtube



Pada bulan Januari 2022 video yang diunggah sebanyak 7 video dan 20 video siaran langsung. Bulan Februari video yang diunggah sebanyak 3 dan 9 video siaran langsung. Bulan Maret video yang diunggah sebanyak 9 video siaran langsung. Bulan April video yang diunggah sebanyak 30 video dan 3 siaran langsung. Bulan Mei video yang diunggah sebanyak 3 video. Bulan Juni video yang diunggah sebanyak 6 video siaran langsung. Bulan Juli video yang diunggah sebanyak 3 video dan 5 video siaran langsung. Bulan Agustus video yang diunggah sebanyak 2 video dan 4 video siaran langsung. Bulan September video yang diunggah sebanyak 4 video dan 7 video siaran langsung. Bulan Oktober video yang diunggah sebanyak 1 video dan 9 video siaran langsung. Bulan November video yang diunggah sebanyak 1 dan 2 video siaran langsung.

Penelitian ini menjadi penting untuk diteliti karena akan menjawab permasalahan dari fenomena yang penulis tuangkan dalam latar belakang penelitian. Berdasarkan dari penelusuran penulis bahwa komunikasi interpersonal adalah sarana yang melekatkan hubungan antar anggota dalam sebuah tim untuk menciptakan sebuah karya atau konten. Keterpaduan antara pemahaman anggota yang satu dengan yang lain akan menjadi nilai utama dalam menghasilkan sebuah karya atau pekerjaan. Ditambah lagi obyek penelitian ini merupakan salah satu organisasi nirlaba yang sangat mengandalkan tenaga dan sumbangsih dari para *volunteer*. Oleh karena demikian, perlunya keselarasan dan kesepahaman begitu juga *spirit* kebersamaan yang dibangun melalui komunikasi interpersonal.

Dari penjabaran di atas menjadi bahan acuan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Efektivitas Komunikasi Interpersonal Tim Studio Tabligh Digital dalam Memproduksi Konten Dakwah di Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Dakwah sudah berevolusi menjadi dakwah digital yang perkembangannya dapat dilihat.
2. Komunikasi interpersonal merupakan sarana yang melekatkan hubungan antar anggota tim.
3. Tujuan utama dari organisasi nirlaba bukan untuk mencari keuntungan, akan tetapi untuk mendukung kepentingan publik dan kesejahteraan masyarakat.
4. Dalam komunikasi interpersonal terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi jalannya komunikasi yang efektif.



### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan dalam latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal tim studio tabligh digital dalam memproduksi konten dakwah di Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal tim studio tabligh digital dalam memproduksi konten dakwah di Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal tim studio tabligh digital dalam memproduksi konten dakwah di Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal tim studio tabligh digital dalam memproduksi konten dakwah di Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang komunikasi interpersonal. Adapun manfaat penelitian ini diantaranya:

1. Manfaat teoritis, yaitu hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap teori atau penemuan terdahulu tentang efektivitas komunikasi interpersonal, khususnya pada konteks tim produksi konten dakwah.
2. Manfaat praktis
  - a. Bagi mahasiswa yang secara khusus memperdalam kajian efektivitas komunikasi interpersonal dan Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

Muhammadiyah, penelitian ini dapat menjadi rujukan dan data awal penelitian berikutnya.

- b. Bagi Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah, dapat menjadi pengetahuan untuk menjalin komunikasi dengan anggota tim yang lain.
- c. Bagi khalayak umum, penelitian ini dapat menambah khazanah pengetahuan bagaimana berkomunikasi yang efektif dengan orang lain.

### **1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Dari sisi waktu penelitian ini akan memfokuskan pada periode Januari sampai dengan November 2022. Hal tersebut disebabkan oleh adanya kebaruan dan dinamika dalam unggahan video pada *Channel* Youtube Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.3 yang ada pada latar belakang masalah. Tidak hanya itu penelitian ini juga akan membatasi pada subyek penelitian dari ketua divisi sampai kepada bawahannya (yang bertugas dalam pembuatan konten dan pengambil keputusan di tim studio tabligh digital pada periode Januari sampai dengan November 2022). Hal tersebut berkenaan dengan defenisi tim kerja yang dijelaskan oleh Devini, Clayton, Philips, Dunford dan Melner dalam (Aamodt, 2010) menuturkan bahwa tim kerja merupakan kumpulan tiga atau lebih individu yang berinteraksi secara intensif untuk menyediakan produk, rencana, keputusan, atau layanan organisasi.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dimulai dengan menentukan judul skripsi kemudian menentukan lokasi penelitian. Setelah selesai, dilanjutkan dengan menyusun laporan penelitian berupa laporan skripsi. Laporan skripsi dibagi menjadi lima bab dan daftar pustaka. Bab pertama merupakan bagian utama yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian. Adapun pada bab kedua merupakan

bagian utama yang terdiri dari tinjauan pustaka, dan kerangka teori yang digunakan dalam riset tersebut.

Selanjutnya bab ketiga adalah metodologi penelitian yang berisi jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data serta kredibilitas penelitian yang diterapkan pada penelitian. Bab keempat merupakan hasil pembahasan dan pembahasan atas hasil penelitian. Pada bab ini dijelaskan apa saja hasil penelitian yang penulis temukan serta apa saja yang perlu dibahas atas temuan penelitian tersebut. Adapun bab kelima merupakan penutup yang memaparkan kesimpulan serta saran dan rekomendasi yang ingin disampaikan.