

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan pola dan perilaku komunikasi timbul saat seseorang menghadapi kelompok organisasi dalam mengakses suatu informasi melalui media sosial khususnya media sosial instagram. Pola komunikasi merupakan bentuk komunikasi dilihat dari hubungan antar anggota masing-masing kelompok. Pola komunikasi dilihat dari segi komponennya, komunikasinya, serta hubungan timbal balik yang terjadi. Komunikasi dapat dikatakan berjalan efektif apabila suatu komunikasi yang sudah dirancang dengan baik, lalu dapat dipahami oleh pendengar. Adapun hambatan dalam berkomunikasi, hambatan komunikasi tersebut meliputi hambatan fisik seperti: suara bising, suara gaduh dan lain sebagainya. Selanjutnya ada hambatan semantik, yang merupakan hambatan terkait pemahaman makna yang dikarenakan oleh bahasa, hubungan timbal balik, tahapan-tahapan yang dilalui dan lain-lain. Dengan adanya pola komunikasi, pengambil keputusan dapat menyusun dengan baik terkait penyusunan suatu program komunikasi secara akurat sehingga dapat berjalan dengan efektif. Komunikasi dapat dikatakan berjalan efektif apabila pesan komunikasi yang telah dirancang mampu dipahami.

Sedangkan perilaku komunikasi menurut Urip Mulyadi (2017) mendeskripsikan bagaimana penerima pesan komunikasi memiliki kegiatan khusus dalam memperlakukan media atau pesan yang sampai kepadanya. Menurutnya, pemahaman perilaku komunikasi dalam suatu kelompok dapat memberikan masukan sebagai pengambil kebijakan mengenai perilaku khusus Penerima pesan dalam kelompok tersebut. Misalnya jika anggota kelompok bersikap menolak atas informasi yang diberikan sesama anggota ataupun sesama teman, tetapi akan menerima jika informasi tersebut disampaikan oleh ketua kelompoknya.

Pada era teknologi saat ini, tak terbendung lagi perkembangan ilmu pengetahuan komunikasi yang tidak dapat dipungkiri lagi, baik secara langsung

maupun tidak langsung memiliki dampak yang sangat besar pada masyarakat, khususnya pada kalangan remaja. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berupa smartphone yang semakin merambah merupakan fenomena yang menarik bagi suatu kalangan maupun kelompok untuk semakin berinteraksi dan berkomunikasi semakin luas dengan menggunakan media sosial. Media sosial memberikan semua fasilitas yang dibutuhkan oleh kehidupan manusia di jaman yang sekarang ini. Banyaknya teknologi yang digunakan pada saat ini, yang menyediakan berbagai fitur layanan informasi yang tidak hanya sebatas pada alat komunikasi saja.

Alat komunikasi pada era sekarang ini sudah berbagai macam bentuknya seperti media sosial. Media sosial mempunyai bermacam-macam variasinya, meliputi twitter, facebook, line, whatsapp, instagram dan lain sebagainya yang paling banyak dikenali oleh kalangan muda untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial dan untuk memudahkan untuk mendapatkan informasi dari media sosial tersebut.

Di era digital seperti sekarang ini, kehadiran media sosial sangat memudahkan orang-orang untuk mengakses informasi apapun, kapanpun dan dimanapun mereka berada serta mempermudah urusan pekerjaan mereka. Fungsi utama media online ini yakni untuk berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu kepada siapapun. Pada era sekarang media online yang sedang digemari oleh masyarakat yakni, facebook, whatsapp, line, instagram, dan youtube.

Banyaknya channel youtube yang menyuguhkan beragam tayangan video mulai dari informasi berita, tayangan video masakan atau kulineran, hiburan anak, tayangan video pembahasan gadget, khususnya yang membahas tentang otomotif sangatlah disukai oleh para kaum pria hingga banyak yang video yang sangat berkualitas karena di kemas secara menarik dan penyampaian komunikasi setiap orang beda dan mempunyai ciri khas masing masing hingga penggunaan bahasa yang sangat variatif hingga gestur hingga mimik wajah yang beragam hal itu juga membuat daya pikat terhadap penonton untuk memilih mana yang bisa di jadikan pilihan untuk menonton tayangan youtube. Di bagian konten youtube yang membahas tentang otomotif sangat beragam

pembahasannya mulai dari review mobil baru – bekas, perawatan internal mesin - perawatan exterior mobil, modifikasi mesin – modifikasi untuk fashion, hingga pembahasan event pameran – kontes mobil, dan yang paling seru ada challenge seputar otomotif. Tayangan hobi otomotif juga bisa disisipkan dengan dakwah dengan contoh cara penampilan wajah yang sesuai sunnah Rasul contohnya menumbuhkan bulu jenggot cara berpakaian hingga jeda istirahat untuk menunaikan sholat. Secara tidak langsung hal tersebut juga bisa memberikan alarm bagi penonton untuk menunaikan sholat terlebih dahulu sebelum melanjutkan menonton youtube. Hal tersebut banyak dilakukan oleh konten kreator youtube contoh saja mas Jeje atau yang mempunyai akun youtube Jejelogy, Fitra Eri, Motomobi serta Ridwan Hanif. Hal tersebut memberikan variasi tersendiri bagi penonton,

Dari latar belakang Ridwan Hanif sebagai pengusaha rental mobil dan mempunyai media platform youtube serta banyak kru Ridwan Hanif yang banyak menggunakan transaksi kredit akhirnya Ridwan Hanif mendapatkan gagasan untuk membuat strategi untuk memberikan wawasan pengetahuan ataupun strategi agar viewer ataupun pengikutnya bisa mendapatkan opsi lain dan bisa menghindari transaksi riba. Tidak hanya transaksi riba dengan strateginya Ridwan Hanif juga memberikan benefit lebih karena bisa menghemat uang hingga ratusan juta, serta apabila ada kebutuhan mendadak tidak merasa khawatir karena bisa menggunakan uang tabungan yang sudah di sisihkan untuk membeli mobil. Lain halnya apabila sudah melakukan transaksi kredit cenderung akan mendapatkan tekanan lebih karena harus memikirkan cicilan serta harus mengatasi kebutuhan mendadak tersebut.

Tidak hanya pembahasan seputar otomotif saja tapi juga ada tips atau tata cara membeli mobil agar dapat terhindar dari membeli mobil kredit. Dalam ajaran agama islam riba jelas dilarang hal ini di buktikan dalam QS Al Baqarah 275 "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusanya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali

(mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal di dalamnya. Dengan kutipan ayat tersebut kita dapat belajar bahwa riba sangat jelas di larang bagi umat Islam di karenakan menentang syariat Islam maka dari itu seorang influencer youtube yang bernama Ridwan Hanif Rahmadi mengajak untuk meninggalkan riba dengan cara membuat konten youtube tentang tata cara membeli mobil dengan cara cash. Hal ini dilakukan agar terhindar dari riba dan bisa menjaga stabilitas keuangan.

Hal itu menjadi menarik untuk mengkaji video tersebut sebagai contoh dakwah sisipan dalam video youtube tentang pembelian mobil tanpa kredit dalam channel youtube Ridwan Hanif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa yang melatar belakangi Ridwan Hanif membuat konten video youtube membeli mobil tanpa kredit?
2. Bagaimana gaya penyampaian pada komunikasi interpersonal channel youtube Ridwan Hanif dalam video cara pembelian mobil dalam kaidah Islam tanpa kredit?
3. Bagaimana dampak pada penonton dari video tips membeli mobil tanpa kredit dalam youtube Ridwan Hanif?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui latar belakang pembuatan konten youtube Ridwan Hanif.
2. Untuk mengetahui gaya penyampaian pada komunikasi interpersonal channel youtube Ridwan Hanif dalam video cara pembelian mobil dalam kaidah Islam tanpa kredit.
3. untuk mengetahui dampak positif dari konten youtube Ridwan Hanif.

1.4 Manfaat Penelitian

Menambah khazanah keilmuan terkait komunikasi interpersonal dakwah dalam media sosial terkait hobi. Adapun secara praktis hasil penelitian ini bisa memberikan edukasi kepada masyarakat ataupun khalayak umum agar bisa

membeli mobil secara cash dan terhindar dari jeratan kredit dari pihak leasing.