

BAB I

PENDAHULUAN

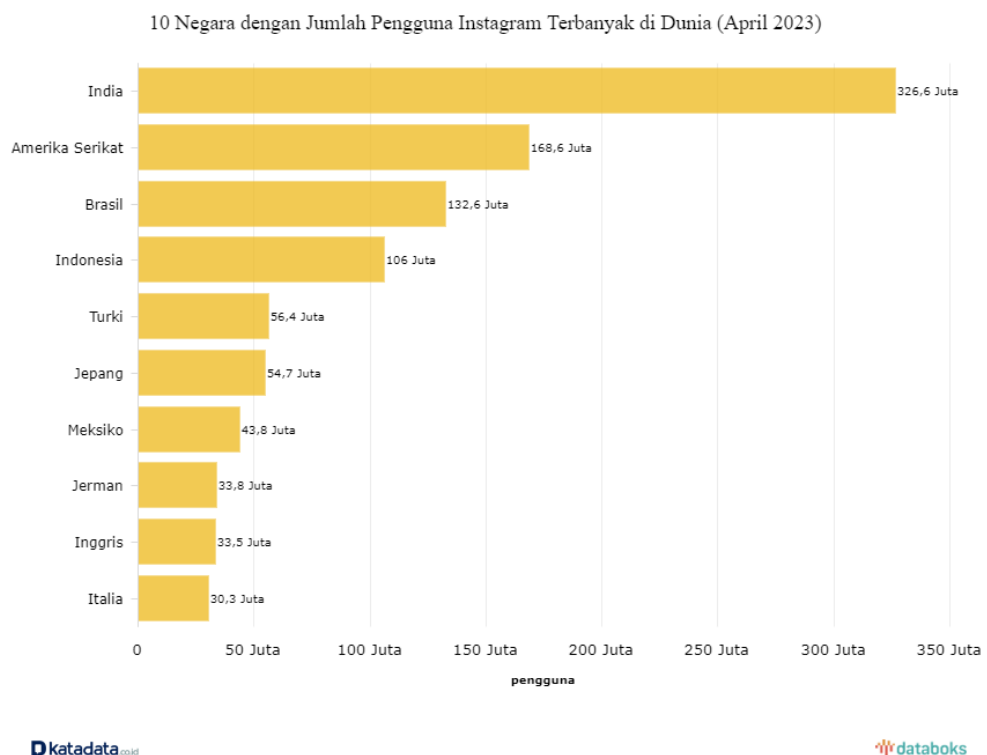
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang begitu pesat ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Salah satu aspek yang mengalami perubahan adalah media komunikasi dan sistem informasi. Perkembangan teknologi dan bentuk media komunikasi adalah suatu hal yang absolut dan tidak dapat dicegah. Dengan seiring waktu, perkembangan teknologi komunikasi telah kembali memunculkan suatu jenis media baru.

Media ini sering disebut dengan istilah *new media*. Sejarah perkembangan teknologi informasi di Indonesia berawal pada era globalisasi dimana kebutuhan manusia akan teknologi contohnya internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi manusia. Hal ini dapat dirasakan dengan bertambahnya pengguna internet dikawasan Asia khususnya di Indonesia.

Media baru yang berkembang dalam masyarakat juga memberikan kelebihan dalam menyediakan berbagai informasi. Fitur-fitur yang ditawarkan internet yang disebut juga dengan jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok dan sosial media lainnya yang ditawarkan oleh internet membuat penggunanya dapat memilih dengan cara apa mereka berkomunikasi dan membagikan informasi dengan siapapun dan dimanapun mereka berada. Kemudahan yang diberikan internet ini membuat penggunanya merasa nyaman dan menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan dalam hidupnya. Media sering kali juga menggunakan nilai-nilai yang bersifat spiritual dan kebudayaan sebagai materi untuk disajikan kepada audiens dengan pendekatan yang lebih terfokus pada keuntungan komersial dibandingkan dengan keaslian atau nilai sejatinya (Pratopo & Kusajibrata, 2018). “Internet dihuni oleh jutaan orang nonteknik yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi” (Ardianto et al., 2007, p. 151).

Instagram merupakan jejaring sosial yang berinteraksi menggunakan berbagai foto maupun video dan aplikasi instagram ini memang sangat populer sehingga pemanfaatan yang didapat, dirasa lebih cepat. Para pengguna Instagram mengambil foto maupun mengambil video dengan menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk intagram pribadi milik sendiri. Instagram telah sukses menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati oleh banyak pengguna internet di Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 106 juta jiwa pengguna, per bulan April tahun 2023.

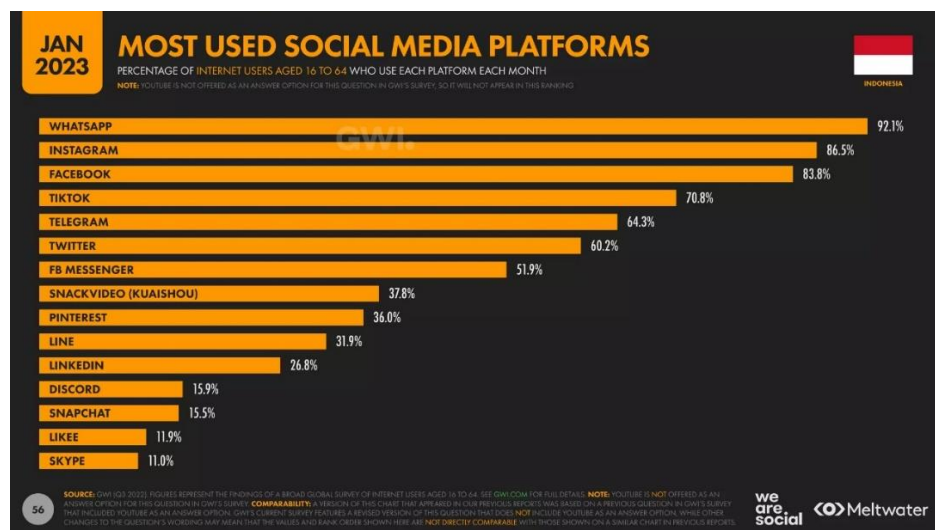


Gambar 1. Pengguna Instagram diseluruh dunia per April 2023

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>)

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa media sosial instagram ini terus berkembang pesat dengan bertambahnya minat masyarakat dalam penggunaan Instagram. Perkembangan media sosial juga dapat dijadikan media sosial sebagai alternatif untuk mencari sumber informasi. Hal ini disebabkan mudahnya penggunaan Instagram seperti dalam berbagi dengan pengguna media sosial lainnya karena media sosial Instagram terhubung langsung dengan media

sosial lain seperti Facebook dan Twitter. Menurut data *We Are Social* (2023) yang menempatkan Instagram sebagai platform media sosial urutan kedua paling banyak digunakan masyarakat Indonesia umur 16-64 tahun dengan persentasenya yaitu 86,5%. Menurut sumber yang sama, Instagram juga menjadi aplikasi media sosial urutan kedua paling sering digunakan di bawah Whatsapp dan diatas Facebook.



Gambar 2. Aplikasi terbanyak digunakan di Indonesia per Februari 2023

(Sumber: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2023-indonesia-february-2023-v01>)

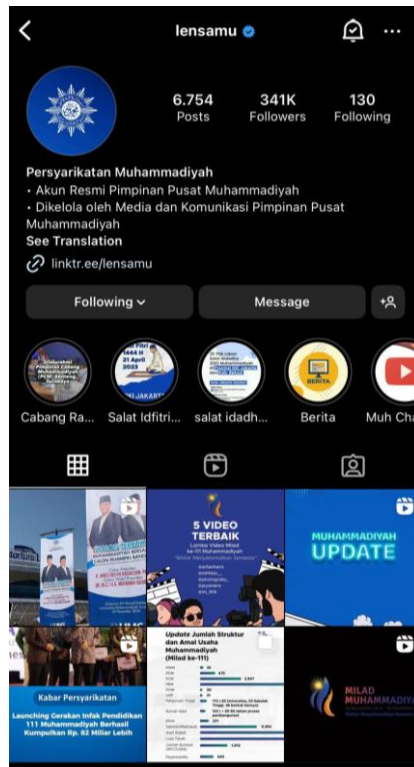
Salah satu hal baru yang dapat dijumpai dalam perkembangan media baru dan media sosial adalah munculnya sarana baru dalam menyampaikan dakwah. Saat ini metode berdakwah juga mengikuti arus perkembangan teknologi dengan memanfaatkan akun media sosial sebagai sarana baru dengan konten-konten yang ada didalamnya yang dimanfaatkan dengan sebaik mungkin dalam menyampaikan informasi seputar agama islam dengan pesan dakwah yang tersirat didalam setiap unggahannya. Dalam menghadapi fenomena yang terjadi saat menghadapi perkembangan teknologi yang begitu cepat dan sangat dinamis ini, para da'i atau aktivis dakwah harus betul-betul bisa memanfaatkan media sosial, merubah tantangan menjadi suatu peluang dalam melakukan aktifitas dakwahnya (Syamsudin, 2009). Tidak hanya membagikan sesuatu yang sudah ada tapi juga menjadi creator konten-konten agar banyaknya alternatif bacaan

yang menyejukkan bagi para pengguna media sosial lainnya. Sesungguhnya Allah SWT telah memerintahkan orang mukmin agar mengajak manusia kepada kebaikan, menyuruh perbuatan makruf, dan mencegah perbuatan mungkar QS. Ali Imran: 104, yang berbunyi:

وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
وَأَطِيعُوا أَمْرَ اللَّهِ وَأَطِيعُوا أَمْرَ الرَّسُولِ وَأَطِيعُوا أَمْرَ السُّلْطَانِ الْمَعْرُوفِ وَالْمَنْعُورِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

“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.”

Dari ayat diatas kita dapat mengambil kesimpulan bahwa setiap orang memerlukan kelompok yang aktif dalam memikirkan nilai-nilai positif, menginspirasi orang lain untuk berbuat baik, serta berupaya mencegah terjadinya hal-hal yang merugikan atau buruk. Seperti yang dilakukan oleh akun instagram @lensamu. Akun resmi pimpinan pusat Muhammadiyah tersebut dinilai telah berhasil memanfaatkan instagram sebagai medianya dalam berdakwah. Akun @lensamu ialah salah satu dari beberapa akun instagram yang berisikan konten-konten Islami yang menggunakan desain visual yang menarik. Dalam menyebarkan pesan dakwah akun ini terus memposting konten-konten mengenai dakwah islam. Konten yang disuguhkan dalam akun ini meliputi hijrah kepada Allah, manfaat dari suatu doa, pentingnya sholat, motivasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik, menjaga hati dan pandangan, dan lain sebagainya. Selain itu, akun @lensamu selalu *update* dengan tema yang berbeda-beda sehingga para pengikutnya dapat belajar serta memahami Islam secara luas.



Gambar 3. Akun Instagram @lensamu

Hingga November 2023 akun ini memiliki 341 ribu pengikut, jumlah tersebut meningkat setiap harinya. Akun @lensamu sudah memposting 6.754 postingan dimana setiap postingannya selalu dibanjiri *like* dan comment. Banyaknya respon yang didapat dari postingan akun ini menandakan para pengguna instagram memiliki antusias yang besar terhadap postingan dakwah islam dengan berbagai bentuk pesan didalamnya.

Dalam postingan akun instagram @lensamu terkandung banyak materi-materi dakwah yang menarik dan mudah untuk disimak, selain itu banyak seruan dakwah yang mengandung nilai-nilai positif untuk diterapkan pada diri pribadi dan penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai visual yang menarik membuat isi postingannya mudah dan enak untuk dilihat dan dibaca.

Segmentasi akun @lensamu ini adalah kalangan remaja dan anak muda sehingga akun tersebut memang sengaja membuat visual dan bahasa yang semenarik dan sesederhana mungkin dengan tetap menggunakan Al-Quran dan

Hadits sebagai sumbernya. Dikarenakan pemilik akun ini ingin mengajak anak-anak muda untuk hijrah menjadi pribadi yang lebih baik. Remaja adalah fase dimana manusia dalam pencarian jati diri. Untuk memenuhi rasa ingin tahunya mereka akan mencari informasi dari berbagai macam sumber. Begitu pula dengan memahami ajaran agama. Mereka mencari pengetahuan tentang ajaran agama melalui berbagai macam media, salah satunya melalui Instagram.

Generasi Z disebut juga *iGeneration*, generasi net atau generasi internet (Wijoyo Hadion, 2020). Menurut Singh & Dangmei (2016) generasi Z dibesarkan dengan web sosial dengan berpusat pada digital dengan teknologi sebagai identitasnya. Generasi ini memiliki keinginan untuk selalu terhubung dengan internet setiap saat karena lebih banyak menggunakan teknologi dalam setiap aktivitas kehidupannya. Konten visual berupa gambar-gambar yang menarik, grafis yang informatif, dan video pendek sering kali menjadi pilihan untuk menarik perhatian Generasi Z. Kemampuan untuk berinteraksi, berbagi, dan menyampaikan pesan dengan cara yang menyenangkan dan interaktif sangatlah vital dalam menarik minat dan keterlibatan Generasi Z terhadap pesan dakwah.

Instagram dan dakwah memiliki hubungan yang berkaitan satu sama lain. Ketika melakukan dakwah melalui instagam, dakwahnya lebih tersampaikan kepada mad'u khususnya Gen Z yang sangat gemar menggunakan media sosial Instagram. Terdapat beberapa hal yang membedakan akun Instagram @lensamu dengan akun dakwah lainnya, seperti materi dakwah yang digunakan sesuai dengan tren yang sedang terjadi, membuat materi dakwah dengan template yang menarik, sehingga komunikasi dapat menerima materi dakwah dengan baik. Dengan adanya akun Instagram @lensamu dalam menyebarkan video dakwah, merupakan cara yang berbeda untuk mengajarkan para Gen Z untuk mengenal lebih dekat agama Islam. Dan dalam komunikasi adanya perubahan sangat diharapkan pada komunikasi. Karena terjadinya perubahan pada komunikasi menandakan bahwa pesan dakwah tersebut dapat tersampaikan dengan baik.

Dengan demikian untuk menarik minat para Gen Z, akun ini menggunakan bahasa yang santai, ringan dan bersahabat dalam setiap postingan di akun @lensamu. Begitu pula dengan pesan dakwah yang disampaikan, seringkali membahas mengenai permasalahan anak muda atau remaja.

Ketika seseorang mengakses akun @lensamu dan menerima informasi dari akun tersebut maka dapat kita sebut sebagai sebuah kegiatan komunikasi. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan (Effendy, 2003, p. 255). Kegiatan komunikasi dapat menimbulkan efek atau pengaruh apabila mendapat perhatian dari penerima informasi tersebut. Donald K. Robert mengungkapkan, bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Maka efek yang akan timbul yaitu mengenai perubahan perilaku seseorang (Ardianto et al., 2007, p. 49). Terpaan media berbicara mengenai khalayak dalam penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan (*frequency*), maupun durasi penggunaan (*longevity*). Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, ataupun kombinasi beberapa media (Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, 2005, p. 168).

Terpaan pesan dakwah yang setiap hari diposting oleh akun @lensamu secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku para pengikut akun tersebut. Terutama perilakunya dalam beragama, karena pengetahuan mereka mengenai ajaran agama akan terus bertambah setiap kali mereka mengakses akun @lensamu. Perilaku beragama merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai dengan ajaran-ajaran agama.

Dengan melihat latar belakang tersebut, maka dari itu penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana bentuk isi konten serta interaksi-interaksi yang dilakukan dalam akun Instagram @lensamu. Maka dari itu peneliti memilih penelitian dengan judul: “Studi Netnografi pada Akun Instagram @lensamu sebagai Media Penyebaran Pesan Dakwah Islam Untuk Gen Z”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang dibuat peneliti yaitu “Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @lensamu sebagai media penyebaran pesan dakwah bagi gen Z?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini “Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @lensamu sebagai media penyebaran pesan dakwah bagi gen Z”.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam terkait pemanfaatan sosial media, khususnya Instagram dalam menyebarkan pesan dakwah dan perilaku online pengikut dalam menerima pesan dakwah, serta menganalisis peran visual dan naratif dalam pengaruh pesan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengoptimalkan jenis konten yang efektif dan menarik untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut, serta membangun branding yang kuat bagi akun @lensamu.