

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. 1 Latar Belakang

Persepsi merupakan proses yang dipakai oleh individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan masukan informasi untuk membentuk gambaran mengenai dunia yang berarti baginya. Persepsi bisa dikatakan segala sesuatu yang dialami oleh manusia, yang merujuk bagaimana cara manusia melihat, mendengar, mengecap, merasakan, dan mencium dunia sekitar (Kotler, 2004 : 216). Menurut Gilbert Harrel (1986) persepsi merupakan proses individual yang bergantung pada faktor-faktor internal, seperti kepercayaan, pengalaman, kebutuhan, suasana hati, serta harapan (Ningsih, 2013 : 85). Persepsi adalah fungsi psikis yang penting guna menjadi jendela pemahaman bagi peristiwa dan realitas kehidupan yang dihadapi manusia.

Menurut Sunaryo (2002) persepsi dibagi menjadi dua macam yakni *external perception* dan *self perception*. *External perception* merupakan persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang datang dari luar individu. *Self perception* merupakan persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri seseorang. Dalam hal ini yang menjadi obyek adalah dirinya sendiri. Hal ini juga berkaitan dengan proses terjadinya persepsi, menurut Robbins bahwa proses terbentuknya persepsi terjadi dalam tiga tahapan yang terpadu satu sama lainnya. Tahapan-tahapan terbentuknya persepsi dapat dilihat melalui pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi (Yazid, 2017). Persepsi generasi milenial ini lah yang dibutuhkan oleh peneliti untuk mendapat feedback dari beberapa video dakwah akun Instagram @hanan\_attaki.

Generasi milenial merupakan sebuah istilah yang akhir-akhir ini menjadi suatu hal yang fenomenal dan acap kali dibicarakan oleh banyak orang. Generasi Y adalah generasi

yang mendominasi dunia kerja di Indonesia maupun di Mancanegara saat ini. Generasi Y sering disebut dengan *Millennial Generation*, yaitu kelompok muda yang lahir awal 1980 hingga awal 2000 (Horovitz, 2012). Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *e-mail*, SMS, *instant messaging* dan media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet *booming* (Lyons, 2004).

Peran generasi milenial dan media sosial menjadi bagian yang tak bisa terpisahkan pada saat ini. Menurut *Tribunnews.com* generasi milenial merupakan bonus demografi yang dimiliki oleh Indonesia di masa mendatang. Generasi ini lahir di saat era tercanggih teknologi internet yang semakin masif digunakan, terutama dalam pemanfaatan media sosial sebagai *platform* komunikasi dan bersosialisasi. Salah satu *platform* yang paling sering digunakan oleh generasi milenial adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook kita mengikuti akun Instagram kita (M Nisrina, 2015 : 137). Dilansir dari *Kompas.com* jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000. Artinya, 22,6% atau nyaris seperempat total penduduk Indonesia, adalah pengguna Instagram. Pengguna Instagram berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia, dengan total persentase 37,3% atau sekitar 23 juta pengguna. Berdasarkan data *statista.com* pada Oktober 2019 menyatakan Indonesia memiliki jumlah pengguna Instagram terbesar keempat di dunia. Oleh karena itu dibandingkan dengan media sosial lainnya Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan generasi milenial dalam mengunggah foto atau video dengan mudah, dari foto atau video tersebut

pengguna dapat mengetahui respon dari orang lain terhadap foto atau video yang diunggah.

Seiring perkembangan zaman, teknologi juga semakin pesat perkembangannya. Sama seperti Instagram yang semakin banyak fiturnya dan selalu mengupgrate aplikasinya. Oleh karena itu semakin banyak juga akun-akun menarik, seperti akun hiburan, politik, dan edukasi. Salah satu contoh akun yang penulis teliti adalah akun dakwah. Dakwah sendiri secara bahasa artinya memanggil, mengundang, ajakan, imbauan dan hidangan. Dakwah juga bisa diartikan sebagai seruan atau ajakan. Menurut Abdul Wahid dalam bukunya Gagasa Dakwah secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yakni *da'a-yad'u-da'watan*. Kata tersebut memiliki kesamaan makna dengan *an Nida'* yang artinya memanggil, mengajak, menyeru. Dalam Q.S. Yunus ayat 25 yang artinya “Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam)”.

Oleh sebab itu semakin banyak akun dakwah yang bermunculan di Instagram, bahkan para ustad juga memiliki akun Instagram pribadi dan memiliki *followers* atau pengikut yang tidak sedikit. Seperti Ustad Hanan Attaki yang memiliki *followers* 8,3 juta, Ustad Abdul Somad dengan pengikut 4,3 juta dan Ustad Yusuf Mansur dengan 2,7 juta *followers*. Masih banyak para ustad lainnya yang memanfaatkan platform Instagram ini untuk menyebarkan agama Islam. Dilansir dari *Kumparan.com* menyebutkan bahwasannya dengan cara yang sederhana saja mereka bisa menyasarkan dakwahnya ke seluruh pengguna media sosial di dunia. Banyak ustad menggunakan Instagram untuk memberikan dakwah dengan durasi waktu yang singkat namun dapat dipahami oleh para pengguna Instagram.

Belakangan ini strategi dakwah melalui media sosial dimanfaatkan untuk mengarah generasi milenial yang hidup di era digital. Strategi komunikasi milenial itu terbukti ampuh. Salah satu akun dakwah milik ustad Hanan Attaki (@hanan\_attaki) yang selalu mengunggah atau posting video berdurasi 1 menit dengan mengangkat tema hijrah, hal tersebut ternyata mendapat *feedback* yang positif dengan *followers* atau pengikut yang tidak sedikit. Kata hijrah juga ramai diperbincangkan diberbagai media sosial.

Hijrah berasal dari akar kata *hajara* yang berarti berpindah (tempat, keadaan, atau sifat), atau memutuskan, yakni memutuskan hubungan antara dirinya dengan pihak lain. Sebagai umat muslim hijrah adalah suatu keniscayaan. Hijrah tidak akan dilakukan tanpa adanya pertimbangan dan pemikiran yang mendalam. Setelah berhijrah manusia akan menjadi pribadi yang lebih baik dengan cara meningkatkan ketaatan dalam menjalankan perintah agama.

Kini tidak sedikit anak muda yang memutuskan untuk berhijrah mengubah gaya hidup, baik dari segi aspek keimanan maupun penampilan. Dalam berita yang dilansir oleh CNN Indonesia, Yuswohady yang merupakan Peneliti Middle Class Institute mengatakan bahwa pandangan berhijrah ini sebenarnya sudah lama didakwahkan di Indonesia, dengan mengedepankan aspek-aspek tentang cara mendekati atau muhasabah diri kepada Tuhan. Penyebaran ajakan hijrah dengan memanfaatkan media sosial ternyata terbukti ampuh dengan adanya public figure/artis sebagai influencer dalam mengajak khalayak untuk dapat mengikuti langkah yang sama. Segmentasi gerakan hijrah hari ini adalah generasi milenial, sehingga pendekatan-pendekatan yang digunakan adalah menggunakan materi dakwah sesuai dengan kebutuhan generasi milenial. Merubah paradigma berfikir bahwa Ritual keagamaan bukan lagi dinilai sebagai segmen masyarakat paru baya, adalah salah satu goals yang ingin dicapai dengan menjadikan generasi milenial sebagai objek dakwah.

Oleh sebab itu ini merupakan peluang untuk para pendakwah, Instagram bisa dijadikan salah satu solusi untuk mengembangkan dakwah di media sosial agar media sosial juga bermanfaat bagi generasi milenial. Walaupun hanya 1 menit tetapi itu sangat bermanfaat jika kita mengemas dakwah dengan kata-kata yang jelas dan mudah dimengerti. Dakwah melalui pemanfaatan media komunikasi dan teknologi akan lebih mudah mencapai sasaran karena beda generasi beda pula cara pendekatan yang digunakan.

Pentingnya persepsi generasi milenial terhadap video dakwah melalui Instagram menjadi tujuan utama dari penelitian ini, karena *feedback* yang diberikan generasi milenial menjadi tolak ukur para pendakwah didalam menggunakan media sosial yaitu Instagram. Ada beberapa masalah yang bermunculan misalnya tidak banyak tanggapan yang positif terhadap video-video dakwah karena banyak dari generasi milenial yang menganggap video-video tersebut masih monoton dan melihat konten-konten lain lebih menarik. Oleh karena itu video dakwah sendiri mulai dibuat semenarik mungkin agar generasi milenial tidak menyepelekan video dakwah tersebut, serta pesan yang ada di video dakwah tersebut tersampaikan.

Penelitian ini mengambil daerah Condong Catur. Condong Catur merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta. Nama Condong Catur sendiri berasal dari kata “Condong” yang artinya “Ngumpul” dan “Catur” yang berarti “Empat”. Jadi Condong Catur dapat bermakna sebagai empat tempat berkumpul menjadi satu. Peneliti telah mengambil data penduduk tahun 2018 menunjukkan bahwa yang paling besar atau banyak adalah pelajar/mahasiswa yaitu 20,47%. oleh sebab itu ini menunjukkan bahwa di daerah tersebut merupakan daerah yang rata-rata penduduknya adalah generasi milenial. Daerah yang sebagian besar penduduknya adalah generasi milenial mempermudah dalam penelitian ini.

## 1.2 Pokok Masalah dan Rumusan Masalah

### 1. 2. 1 Pokok Masalah

Penelitian ini terkait dengan *feedback* dalam bentuk persepsi generasi milenial terhadap video dakwah di Instagram pada akun @hanan\_attaki

### 1. 2. 2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi generasi milenial terhadap video dakwah bertema hijrah di Instagram pada akun @hanan\_attaki?
2. Adakah faktor yang menyebabkan informan memiliki persepsi positif dan negatif terhadap video dakwah bertemakan hijrah pada akun @hanan\_attaki?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat

### 1.3.1 Tujuan

1. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi generasi milenial terhadap video dakwah bertema hijrah di Instagram.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor persepsi generasi milenial terhadap video dakwah bertemakan hijrah pada akun @hanan\_attaki di Instagram.

### 1.3.2 Manfaat

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengguna Instagram khususnya kalangan milenial dalam meningkatkan kualitas keagamaan.
2. Adapun secara teoritis hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam mengembangkan teori yang berkaitan dengan media yaitu *uses and gratifications theory*.