

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Fenomena meningkatnya minat terhadap konten religius di Indonesia pada platform TikTok mencerminkan perubahan dalam cara generasi muda mengakses dan menerima pesan-pesan keagamaan. Dengan mayoritas pengguna TikTok berasal dari kelompok usia di bawah 30 tahun, platform ini menjadi saluran yang potensial dan strategis untuk menyampaikan dakwah secara kreatif dan relevan dengan konteks kekinian.

Fenomena serupa juga terjadi secara global, termasuk di Amerika Serikat. Data terbaru mengungkapkan bahwa lebih dari 39% orang dewasa muda di bawah usia 30 tahun secara rutin menggunakan TikTok untuk mendapatkan berbagai informasi, termasuk konten religius. Bahkan, popularitas tagar seperti #Islam yang telah ditonton lebih dari 43 miliar kali secara global menunjukkan bahwa konten keislaman kini menjadi bagian penting dalam ekosistem digital yang dikonsumsi oleh generasi muda di seluruh dunia (Yudhistira, 2025).

Fenomena ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan yang nyata akan pendekatan dakwah yang tidak hanya informatif secara intelektual, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan spiritual audiens. Dalam konteks ini, pendekatan muhasabah, yang mengajak individu untuk melakukan refleksi diri secara mendalam terhadap kondisi batin dan amal

perbuatannya, menjadi sangat relevan.

Muhasabah mampu menjawab kebutuhan spiritual masyarakat modern yang semakin kompleks, karena mengandung unsur introspeksi, kesadaran moral, dan ajakan untuk memperbaiki diri. Dengan format video pendek yang dikemas secara naratif dan emosional, konten *muhasabah* di TikTok dapat membangun keterhubungan yang erat antara kreator dakwah dan audiens, sesuai dengan preferensi generasi digital yang lebih menyukai keaslian, kejujuran, dan pengalaman pribadi dalam penyampaian pesan keagamaan.

Berdasarkan fenomena diatas, *muhasabah*, atau refleksi diri yang mendalam, dapat menjadi pendekatan yang relevan dan bermanfaat. *Muhasabah* mendorong individu untuk merenungkan kondisi batin mereka secara jujur dan mendalam.

Kecenderungan ini menunjukkan adanya kebutuhan akan pendekatan reflektif dan spiritual yang lebih mendalam Dalam konteks keislaman, konsep *muhasabah* (introspeksi diri) menjadi sarana penting untuk membantu individu mengenali kondisi batinnya dengan jujur, menguatkan kesadaran spiritual, serta mengarahkan perubahan akhlak yang bertumpu pada niat kepada Allah SWT (Mutmainah, 2021).

Muhasabah bukan hanya bersifat pribadi, tetapi juga dapat difungsikan sebagai pendekatan dakwah yang menyentuh dimensi emosional dan spiritual *mad'u*, terutama di tengah budaya digital yang serba cepat dan instan.

Muhasabah, menurut Imam Al-Ghazali, merupakan bentuk pendidikan akhlak yang mendorong introspeksi diri dan penjagaan niat semata karena Allah SWT (*muraqabah*) (Mutmainah, 2021). Dalam konteks dakwah, *muhasabah* tidak hanya berfungsi sebagai sarana refleksi pribadi, tetapi juga sebagai strategi untuk membangkitkan kesadaran spiritual *mad'u*.

Oleh karena itu, penting bagi seorang *da'i* mengemas pesan muhasabah secara efektif agar mampu mendorong perubahan akhlak yang tulus dan berorientasi kepada Allah SWT, bukan semata-mata karena dorongan duniawi.

Media sosial, khususnya platform TikTok, menjadi salah satu platform yang paling diminati oleh Generasi Z di Indonesia. Berdasarkan data We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna TikTok di Indonesia per April 2024 mencapai 127,5 juta pengguna—terbesar di dunia (Rizaty, 2024).

Karakteristik TikTok sebagai platform video pendek yang mengandalkan algoritma *For Your Page* (FYP) memungkinkan konten menyebar luas secara cepat, menjadikannya ruang yang strategis untuk menyampaikan pesan dakwah kepada audiens muda (Palupi R. , Istiqomah, Fravidha, Septiana, & Sarapil, 2021).

Platform ini, yang dikenal sebagai media berbasis video pendek, telah berkembang menjadi ruang strategis bagi penyebaran pesan dakwah karena kemampuannya menjangkau audiens dalam waktu singkat dan

dengan jangkauan yang luas. Kondisi ini membuka peluang signifikan bagi para *da'i* dan konten kreator untuk mengoptimalkan peran media sosial sebagai sarana dakwah yang adaptif terhadap dinamika perkembangan teknologi informasi.

Berbagai kreator dakwah mulai bermunculan di TikTok, termasuk akun @aa_kun.asykara, yang fokus pada konten dakwah salah satunya bertemakan *muhasabah*. Namun, konten-konten yang dihasilkan kreator ini masih menunjukkan sejumlah kelemahan.

Analisis terhadap beberapa unggahan, seperti pada tanggal 22 Januari 2023, 19 Januari 2023, dan 23 September 2022, memperlihatkan keterbatasan dalam aspek produksi dan kedalaman materi. Konten umumnya menggunakan latar polos tanpa ilustrasi, tidak menyertakan dalil dari Al-Qur'an atau Hadits secara eksplisit, serta teknik penyampaian yang monoton (Palupi R., Istiqomah, Fravisdha, Septiana, & Sarapil, 2021). Hal ini berbeda dari kreator lain seperti @fawwazkabban dan @ajirubaidillah yang mampu memadukan visual profesional, referensi kitab digital, dan teknik penyajian multi-kamera.

Masalah utama yang dihadapi dalam dakwah TikTok adalah tantangan menyampaikan pesan komprehensif dalam waktu singkat, ditambah dengan algoritma platform yang lebih memprioritaskan konten viral daripada konten edukatif. Keterbatasan ini sering kali membuat pesan dakwah menjadi dangkal atau tidak utuh, dan berpotensi gagal membentuk kesadaran spiritual secara mendalam di kalangan audiens.

Temuan ini menggarisbawahi pentingnya peningkatan kualitas produksi dan kedalaman materi dalam konten dakwah digital, khususnya untuk menyasar generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna TikTok di Indonesia 127.5 juta pengguna menurut (Rizaty, 2024).

Teori Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough digunakan untuk mengkaji konten dakwah ini secara holistik. Teori ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis tiga dimensi utama: teks, produksi, dan sosio-kultural (Badara, 2012). Pada dimensi teks, penelitian akan mengkaji bagaimana pesan *muhasabah* dikemas melalui bahasa dan simbol-simbol keagamaan.

Dimensi produksi akan mengeksplorasi proses kreatif di balik pembuatan konten, termasuk tantangan teknis yang dihadapi. Sementara itu, dimensi sosio-kultural akan melihat respon audiens dan pengaruh konten terhadap perubahan perilaku, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna TikTok (Rizaty, 2024).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami konten dakwah secara komprehensif. Dengan 127,5 juta pengguna TikTok di Indonesia (Rizaty, 2024), platform ini menjadi ruang strategis untuk menyebarkan nilai-nilai Islam.

Pendekatan *muhasabah* yang diusung oleh @aa_kun.asykara relevan dengan kebutuhan generasi muda akan refleksi diri, namun pengemasannya perlu ditingkatkan agar lebih efektif (Mutmainah, 2021). Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi para *da'i* dalam

mengoptimalkan konten dakwah mereka, baik dari segi materi maupun teknik produksi.

Penelitian ini meninjau bagaimana muhasabah dikemas, diproduksi, dan diterima oleh audiens melalui analisis wacana kritis model Norman Fairclough dengan tiga aspek utama. Aspek pertama meliputi analisis teks untuk menilai sejauh mana pesan-pesan *muhasabah* yang disampaikan selaras dengan sumber-sumber keagamaan yang otentik.

Aspek kedua menitikberatkan pada proses produksi konten, dengan menilai kekuatan serta keterbatasan teknis dalam penyajiannya. Sedangkan aspek ketiga mengevaluasi dampak sosial dan budaya dari konten tersebut terhadap audiens yang beragam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai acuan dalam merancang dan mengembangkan konten dakwah yang lebih tepat sasaran serta berdampak secara efektif.

Kajian ini secara khusus berfokus pada konten dakwah bertema *muhasabah* di platform TikTok, yang dipilih karena karakteristik uniknya sebagai media penyebaran pesan yang masif dan cepat. Ketertarikan peneliti terletak pada bagaimana nilai-nilai introspeksi diri dikemas dalam format video pendek, serta bagaimana generasi muda sebagai audiens utama merespons dan memahami pesan-pesan tersebut.

B. Fokus Penelitian

Masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pendekatan *muhasabah* dalam aspek teks pada konten dakwah di akun TikTok @aa_kun.asykara?
2. Bagaimana pendekatan *muhasabah* dalam aspek proses produksi pada konten dakwah di akun TikTok @aa_kun.asykara?
3. Bagaimana pendekatan *muhasabah* dalam aspek sosio-kultural pada konten dakwah di akun TikTok @aa_kun.asykara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian fokus penelitian diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana pesan *muhasabah* dikemas dalam konten dakwah di platform TikTok, khususnya pada akun @aa_kun.asykara.
2. Mengidentifikasi proses produksi konten *muhasabah*, termasuk strategi kreatif dan tantangan teknis yang dihadapi.
3. Mengidentifikasi respon dan dampak sosial-budaya dari konten *muhasabah* terhadap audiens muda pengguna TikTok.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademis tentang Analisis Norman Fairclough pada Konten Dakwah dalam menyebarkan pesan-pesan agama islam melalui platform media sosial,

menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, pemahaman teoritis tentang Analisis Wacana Kritis, dakwah dan media sosial serta menjadi kajian interdisipliner yaitu penelitian yang menggabungkan bidang studi komunikasi dan teknologi informasi.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai panduan bagi konten kreator dakwah dalam mengembangkan konten yang menarik di media sosial, memberikan pengetahuan tentang proses produksi sampai konsumsi konten dakwah serta untuk melihat bagaimana respon audiens dengan adanya konten dakwah tersebut melihat dari sosio-kultural di Indonesia yang bermacam-macam latar belakang. Diharapkan juga bisa menjadi peningkatan kualitas konten dakwah, menjadi pembinaan dan pelatihan bagi *da'i* dan konten kreator dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menggunakan teori analisis wacana kritis dari Norman Fairclough. Peneliti memilih teori ini karena analisis wacana kritis model Norman Fairclough memadukan tiga aspek, yaitu: (a) analisis teks; (b) analisis produksi; (c) analisis sosio-kultural yang berkembang di sekitar wacana tersebut.

Hal utama dan penting dalam analisis wacana kritis ini adalah sifatnya yang holistik dan kontekstual. Pendekatan analisis wacana kritis yang digunakan dalam penelitian ini tidak hanya mengungkap pendekatan

muhasabah dalam wacana konten dakwah, tetapi juga dapat dilakukan untuk mengaitkan hasil pendekatan muhasabah tersebut dengan konteks makro (sosio-kultural yang berkembang di masyarakat) yang “tersembunyi” dibalik wacana konten dakwah ataupun dalam rangka penyadaran, pemberdayaan, dan transformasi sosial terhadap dakwah yang disampaikan melalui media sosial.

F. Langkah – Langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini di akun TikTok @aa_kun.asykara dengan meneliti konten dakwah bertemakan *muhasabah* yang berada pada akun TikTok tersebut.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang melihat realitas sebagai hasil konstruksi manusia. Menurut (Basrun, 2019), realitas sosial bukanlah sesuatu yang alami, melainkan dibentuk melalui proses interpretasi.

Paradigma ini berfokus pada bagaimana suatu peristiwa atau realitas dikonstruksi dan metode pembentukannya. Dalam studi komunikasi, konstruktivisme sering disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna, berlawanan dengan paradigma positivistis atau transmisi. Paradigma ini membantu menganalisis bagaimana konten dakwah dikonstruksi oleh kreator beserta tujuan di baliknya.

Sedangkan pendekatan dari penelitian ini adalah kualitatif dengan

jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif menekankan analisis induktif untuk memahami dinamika hubungan antarfenomena, dengan pendekatan logis dan mendalam.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian dengan judul “Pendekatan *Muhasabah* pada Konten Dakwah di Akun TikTok @aa_kun.asykara (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)” ini adalah analisis wacana kritis, sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Menurut Jorgensen dan Phillips, Analisis Wacana Kritis (AWK) adalah teori dan metode untuk meneliti hubungan antara wacana dengan perkembangan sosial-budaya dalam berbagai ranah kehidupan.

Seperti dijelaskan (Badara, 2012), AWK bertujuan mengungkap dimensi linguistik wacana, fenomena sosial-kultural, serta proses perubahan dalam modernitas. Penelitian ini berfokus pada wacana dakwah bertema *muhasabah* untuk melihat konstruksi pesan yang direpresentasikan. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan Norman Fairclough dalam AWK.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang berfokus pada analisis substansial teks. Menurut (Sugiyono, 2023), data kualitatif diperoleh melalui wawancara (interview), observasi (pengamatan), kuesioner (engket) dan dokumentasi, atau gabungan dari keempatnya.

Data berbentuk deskriptif-naratif ini menekankan pada pemaknaan objek penelitian, yang dalam studi ini bersumber dari konten dakwah di TikTok @aa_kun.asykara dan wawancara dengan Alkhan Sya'ban Asykara. Melalui pendekatan ini, peneliti mengkaji secara mendalam aspek teks, produksi, dan sosio-kultural dalam konten *self-reminde (muhasabah)*.

Adapun jenis data pada penelitian ini dapat berupa:

- 1) Data mengenai aspek teks wacana dakwah dan linguistik.
- 2) Data mengenai proses produksi konten, distribusi konten dan konsumsi konten dakwah.
- 3) Data mengenai aspek sosio-kultural respon audiens terhadap konten dakwah.

b. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data berdasarkan klasifikasi (Sugiyono, 2023). Data primer diperoleh langsung dari tiga konten *muhasabah* di akun TikTok @aa_kun.asykara (20 September 2022, 3 Mei 2023, dan 14 Mei 2023) serta hasil wawancara dengan kreator konten tersebut.

Sedangkan data sekunder sumber yang tidak diperoleh secara langsung memberikan data. Hal ini dapat berupa bahan pendukung seperti tabel, diagram, dan referensi teoritis yang dikumpulkan melalui studi literatur untuk memperkuat analisis penelitian.

5. Penentuan Informan Atau Unit Penelitian

a. Informan

Informan pada penelitian ini adalah konten kreator TikTok “@aa_kun.asykara” yaitu Alkhan Sya’ban Asykara. Informan adalah orang yang diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara. Informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi ataupun fakta dari suatu objek penelitian (Bungin, 2017)

b. Unit Analisis

Unit analisis pada penelitian ini teks yang mencakup konten dakwah bertemakan *muhasabah* itu sendiri. Unit analisis ialah sesuatu yang berhubungan dengan fokus atau komponen yang diteliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya (Sugiyono, 2023)

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi penelitian ini adalah observasi non-partisipan. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap media sosial @aa_kun.asykara dengan jenis konten dan tema *muhasabah*.

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraaan (Bungin, 2017).

b. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dengan Alkhan Sya'ban Asykara, kreator konten TikTok @aa_kun.asykara, sebagai metode pengumpulan data utama. Menurut (Sugiyono, 2023) wawancara merupakan teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan dan juga ingin mendalami suatu permasalahan.

Proses wawancara dilakukan secara lisan dengan menyajikan sejumlah pertanyaan terkait topik penelitian, memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman komprehensif sekaligus mengidentifikasi isu-isu kunci yang relevan dengan penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah bentuk screenshot dari profil akun TikTok, komentar postingan dan video konten dakwah *self reminder/muhasabah* dari akun TikTok @aa_kun.asykara. Sifat dari data ini tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang telah silam (Bungin, 2017).

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini menerapkan teknik triangulasi untuk memvalidasi data dengan membandingkan hasil wawancara dengan sumber data lain seperti observasi dan analisis dokumen. Metode ini bertujuan

memverifikasi keakuratan data sekaligus memperdalam pemahaman terhadap objek penelitian melalui pendekatan multi-metode. Triangulasi dilakukan dengan berbagai cara untuk memastikan konsistensi dan kelengkapan data yang dikumpulkan (Bungin, 2017).

8. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Teknik analisis yang digunakan menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2023), yaitu :

- a. Pengumpulan data
- b. Reduksi data
- c. Penyajian data
- d. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penelitian ini akan menghasilkan kesimpulan yang mencakup analisis wacana pada tiga dimensi Fairclough: teks (bahasa dan struktur konten), konteks sosial (nilai dakwah di media digital), dan kognisi sosial (pemahaman audiens terhadap pesan *muhasabah*).

Proses analisis data bersifat siklus (berulang dan terus-menerus), dimulai dari pengumpulan data hingga interpretasi mendalam. Data yang telah diolah akan dideskripsikan secara naratif untuk mengungkap fakta empiris, memberikan makna, serta menjawab pertanyaan penelitian dengan tetap berfokus pada relevansi tema *muhasabah* dalam

dakwah TikTok.

Dalam konteks penelitian pada akun TikTok @aa_kun.asykara, data diperoleh dari konten video, kolom komentar, tanggapan audiens, dan literatur pendukung.

