

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Forum Remaja Masjid SMA Kuningan, yang biasa disebut Formass Kuningan merupakan sebuah perkumpulan remaja yang tergabung dalam komunitas rohani Islam di lingkungan Sekolah Menengah Atas se-Kabupaten Kuningan. Forum ini dibentuk sebagai wadah bagi para pelajar yang memiliki semangat untuk memperdalam ajaran Islam, mempererat *ukhuwah islamiyah*, serta aktif dalam kegiatan dakwah dan sosial kemasyarakatan di lingkungan masjid dan sekolah. Selain menjalankan kegiatan rutin keagamaan seperti kajian, diskusi, serta kegiatan lainnya, para anggotanya juga merupakan pengguna aktif media sosial, termasuk TikTok, yang menjadi bagian dari keseharian mereka.

Sebagai remaja yang tumbuh di tengah arus digital, anggota Formass Kuningan tidak terlepas dari paparan konten-konten yang hadir melalui algoritma media sosial. Salah satu konten yang kerap mereka temui adalah konten dakwah yang muncul di fitur *For You Page* (FYP) TikTok

Remaja pada tahap ini cenderung mencari nilai-nilai dan panduan yang sesuai dengan kehidupan mereka. Tetapi dengan durasi yang terbatas, pesan dakwah yang muncul di FYP mungkin tidak memberikan ruang yang cukup untuk pemahaman yang utuh. Hal ini berpotensi memunculkan pemaknaan yang keliru atau dangkal terhadap ajaran-ajaran agama, terutama jika informasi yang diberikan tidak diiringi dengan penjelasan yang mendalam atau menyeluruh.

Selain itu, fenomena yang terjadi adalah banyak pula konten dakwah yang menjadi viral bukan karena kedalaman pesan religiusnya, tetapi karena penyajiannya yang menghibur atau mengikuti tren yang sedang populer. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa remaja lebih tertarik pada aspek visual dan hiburan dibandingkan dengan inti dari pesan dakwah itu sendiri.

Namun, di samping kemudahan dalam mengakses konten dakwah yang tersedia di fitur *For You Page*, tidak menutup kemungkinan akan timbul kesalahpahaman dalam memahami makna atau pesan dakwah yang disampaikan. Adanya distorsi atau penyederhanaan pesan dakwah ketika disajikan dalam format video singkat. Konten dakwah yang muncul di FYP dengan durasi singkat juga mengakibatkan pengguna dengan mudahnya menggulirkan (*scrolling*) layar ke video berikutnya. Akibatnya, pesan dakwah yang disampaikan dalam waktu singkat ini sering kali kurang terinternalisasi secara mendalam dan bisa saja hanya dipahami sebagian oleh pengguna, khususnya remaja yang masih dalam masa pencarian jati diri.

Dibalik kemampuan fitur *For You Page* yang dapat menampilkan konten sesuai dengan preferensi pengguna, ada kemungkinan bahwa konten dakwah juga akan semakin banyak bermunculan di fitur *For You Page* apabila penggunanya pernah melakukan pencarian tentang dakwah di aplikasi TikTok. Hal ini memungkinkan dakwah disajikan dalam berbagai format kreatif yang menarik minat pengguna, menjadikan pesan-pesan religius lebih mudah diakses juga dikonsumsi oleh audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. *For You Page* memberikan kesempatan bagi konten dakwah untuk bersaing dengan berbagai

jenis konten lain, sehingga pesan keagamaan akan tersampaikan melalui cara yang lebih mudah diterima dan relevan.

*For You Page* merupakan salah satu fitur TikTok yang berisikan video hasil kurasi algoritma konten sesuai dengan preferensi pengguna TikTok. *For You Page* bekerja dengan cara melacak aktivitas pengguna, seperti preferensi, pencarian, dan jenis konten yang sering ditonton. Dengan algoritma tersebut, TikTok dapat menyajikan informasi yang sesuai dengan minat pengguna, sehingga memudahkan mereka menemukan konten yang mereka sukai.

Dengan perkembangan pesat media sosial, berbagai platform telah bermunculan dan menawarkan keunikan tersendiri dalam cara berkomunikasi dan berbagi informasi. Salah satu platform yang kini menjadi sangat populer di Indonesia, terutama dikalangan remaja adalah TikTok. Seiring dengan perkembangannya, TikTok tidak hanya menyediakan video *lip-sync* saja seperti awal kemunculannya. Kini, variasi konten yang disediakan TikTok sudah banyak sekali ragamnya. Berbasis video singkat, TikTok menghadirkan konten-konten yang mudah diakses dan dipahami, membuatnya menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan konten-konten lainnya, termasuk konten tentang dakwah. TikTok tidak sekadar berfungsi sebagai platform hiburan, namun menjadi media spiritual dan edukasi. Apalagi dengan adanya fitur *For You Page* (FYP) yang membuat pesan-pesan tersebut tersebar secara luas dan cepat.

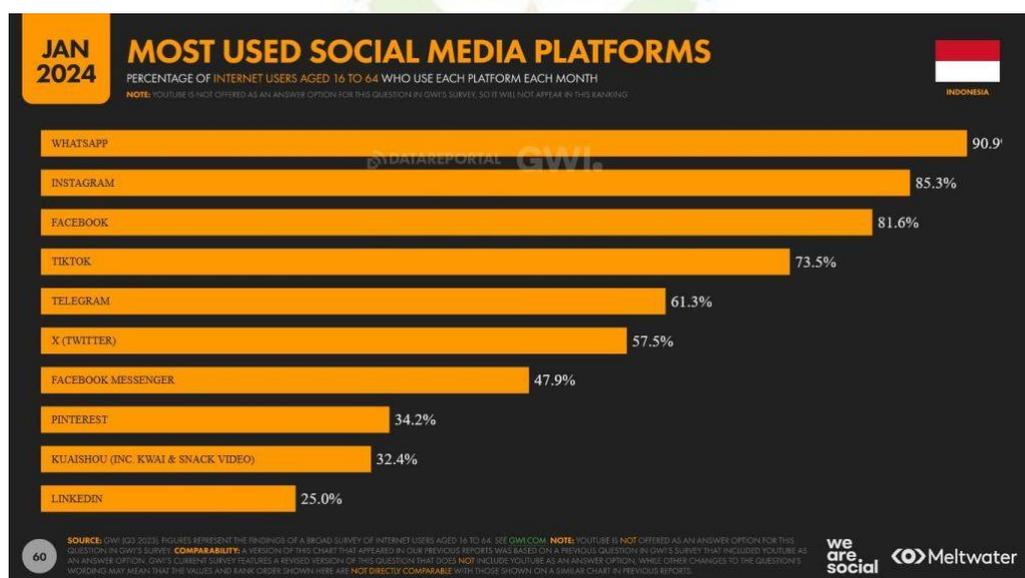
Media sosial merupakan salah satu alat komunikasi paling kuat yang mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia. Dalam kehidupan modern saat ini, penggunaan media sosial sepertinya telah menjadi suatu keharusan di

kehidupan yang sangat menitikberatkan pada keterkaitan dan konektivitas (*inter-connected*), tanpa batasan ruang dan waktu. Hampir tidak mungkin membayangkan seseorang yang tidak terlibat dengan media sosial dalam aktivitas sehari-harinya, sehingga ketidakhadiran media sosial dalam kehidupan seseorang bisa dianggap menjadi sesuatu yang janggal atau tidak biasa, mengingat fungsinya yang semakin luas dan mendalam. Media sosial menyediakan ruang untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan juga hiburan.

Situasi ini diperkuat dengan data yang menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan remaja. Di tingkat lokal, tingginya penggunaan media sosial juga tercermin di Kabupaten Kuningan. Hasil survei dari Jamparing Research yang dilansir dari *kuninganmass.com*, tercatat bahwa sebanyak 52% penduduk Kabupaten Kuningan merupakan pengguna aktif media sosial. Angka ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh masyarakat Kuningan telah menjadikan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, baik untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, maupun hiburan. Tingginya angka ini juga menggambarkan bahwa media sosial telah menjadi sarana yang strategis dalam penyebaran berbagai pesan, termasuk pesan-pesan keagamaan. Dengan demikian, media sosial, khususnya platform seperti TikTok, memiliki potensi besar dalam membentuk cara pandang dan pemahaman masyarakat, terutama kalangan remaja, terhadap nilai-nilai keislaman yang mereka temui dalam konten dakwah.

Sementara itu, berdasarkan hasil survei Penetrasi dan Perilaku Internet pada tahun 2024 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia

(APJII), tingkat penetrasi internet (persentase jumlah pengguna Internet) di Indonesia berdasarkan pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa sebesar 92,95% dengan kontribusi sebesar 7,18%. Alasan paling besar seseorang menggunakan internet tersebut adalah untuk mengakses media sosial (termasuk mengakses Facebook/ WhatsApp/ Telegram/ Line/ Twitter/ YouTube/ Instagram/ TikTok/dll). Menurut data yang didapatkan dari We Are Social, mengenai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024 dan menempati urutan ke empat adalah TikTok dengan total 126,83 juta atau presentase sebesar 73,5% dari jumlah populasi.



**Gambar 1.1 Platform Media yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia**

*Sumber : wearesocial.com*

Kemudian berdasarkan survei dari APJII, terdapat pula informasi hoaks yang disebar di internet, tercatat bahwa kategori informasi hoaks tentang keagamaan mendapatkan persentase 16,37% dan media sosial menjadi media

yang paling sering ditemukannya informasi hoaks dengan persentase sebesar 83,11%. Artinya, remaja yang masih pelajar dan banyak menggunakan media sosial, dalam hal ini adalah TikTok, akan rentan sekali mendapatkan informasi yang keliru dari konten-konten dakwah yang disajikan dalam fitur FYP meskipun konten-konten tersebut merupakan hasil kurasi dari preferensi mereka sendiri.

Maka penting sekali untuk memaknai pesan yang disajikan dari sebuah konten, apalagi kontennya berhubungan dengan dakwah, dikarenakan dakwah merupakan sesuatu yang sakral dan menyangkut ajaran Allah SWT. Dakwah berarti menerapkan nilai-nilai ajaran Al-Quran dan sunah sebagai bentuk usaha dalam menunjukkan sikap keteladanan kepada umatserta meniti jalan kebenaran yang diwahyukan kepada Nabi untuk umat manusia (Ridwan, 2022: 72).

Dijelaskan pula dalam Ridwan (2022) bahwa dalam menggunakan media dakwah haruslah memperhatikan karakteristik dan segmentasi dari objek dakwah karena materi dakwah yang disampaikan berpengaruh terhadap respons dari objek dakwah. Materi-materi dakwah yang tersebar di FYP TikTok dengan sasaran awalnya adalah kalangan dewasa, namun akhirnya malah ditonton pula oleh remaja.

Remaja yang pada dasarnya pengguna aktif media sosial, akan mudah terpengaruh oleh konten-konten yang lewat di FYP mereka. Dengan kondisi kejiwaan yang labil, remaja akan mudah terbawa arus (Wulandari, 2019: 1) berdasarkan apa yang mereka lihat. Selain rentan terhadap berbagai informasi yang muncul, remaja pada usia sekolah menengah juga berada pada masa pencarian jati diri, di mana apa yang mereka lihat dan akses di media sosial,

dalam hal ini adalah TikTok, akan sangat berpengaruh pada pola pikir dan sikap mereka.

Melihat fenomena tersebut, maka peneliti menganggap perlu untuk menggali lebih jauh bagaimana penerimaan anggota Formass Kuningan terhadap konten-konten dakwah yang lewat di *For You Page* mereka. Kemudian peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Peran Fitur *For You Page* di Media Sosial Tiktok dalam Penerimaan Konten Dakwah pada Remaja (Studi Fenomenologis pada Anggota Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan Jawa Barat).” Melalui penelitian ini, diharapkan kita dapat memperoleh wawasan mendalam tentang bagaimana fitur *For You Page* dapat mendukung atau malah memengaruhi secara berbeda pemahaman keagamaan remaja di era digital saat ini.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan apa yang sudah peneliti jelaskan pada latar belakang di atas, maka peneliti membatasi hal-hal yang akan diteliti guna memberikan arah selama proses penelitian. Maka fokus penelitiannya adalah:

1. Bagaimana motif anggota Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan mengakses konten dakwah pada fitur *For You Page* di TikTok?
2. Bagaimana terpaan media yang diterima anggota Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan terhadap konten dakwah yang ditemui pada fitur *For You Page* di TikTok?

3. Bagaimana kepuasan anggota Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan terhadap konten dakwah yang ditemui pada fitur *For You Page* di TikTok?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka dalam penelitian ini tujuannya adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana motif anggota Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan mengakses konten dakwah pada fitur *For You Page* di TikTok.
2. Untuk mengetahui bagaimana terpaan media yang diterima anggota Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan terhadap konten dakwah yang ditemui pada fitur *For You Page* di TikTok.
3. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan anggota Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan terhadap konten dakwah yang mereka temui pada fitur *For You Page* di TikTok.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan baik secara akademis ataupun secara praktis adalah sebagai berikut:

#### 1. Secara Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada literatur akademis dengan menyediakan wawasan yang lebih mendalam tentang peran fitur *For You Page* di TikTok dalam penerimaan konten dakwah pada remaja, khususnya pada Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan Jawa

Barat. Ini dapat menjadi referensi bagi peneliti, akademisi, dan mahasiswa yang tertarik dalam studi media dan keagamaan di kalangan remaja. Temuan penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan teori-teori pada mata kuliah yang bersangkutan, seperti Media Tabligh, Ilmu Komunikasi, dan Komunikasi Massa tentang peran media sosial dalam penyebaran dakwah.

## 2. Secara Praktis

Hasil penelitian dapat memberikan pedoman praktis bagi pengelola konten dakwah di platform media sosial, khususnya TikTok. Mereka dapat memahami algoritma dan membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam menyusun dan menyajikan konten dakwah.

### 1.5 Tinjauan Pustaka

#### 1.5.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori kegunaan dan kepuasan atau *Uses and Gratification Theory* yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Blumer, dan Gurevitch pada tahun 1974. Teori ini menyatakan bahwa audiens bukanlah penerima pasif, melainkan pengguna aktif media yang memiliki tujuan tertentu saat mengakses media. Nurhadi (2017: 57) mengatakan bahwa teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*). Maka dari itu, perilaku khalayak akan dijelaskan melalui kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.

Menurut Katz (1974), ada beberapa tujuan orang menggunakan media antara lain:

1. Menggunakan media untuk tujuan tertentu.
2. Berusaha memenuhi kebutuhan.
3. Media bersaing untuk mendapatkan perhatian.
4. Seseorang dapat melaporkan penggunaan dan motivasi media dengan akurat.

Pada intinya teori *uses and gratifications* terletak asumsi bahwa penonton akan secara aktif mencari media massa untuk memenuhi kebutuhan individu. Kebutuhan yang dimaksud yaitu mencakup kebutuhan sosial, psikologis, dan biologis (Berger, et al, 2011: 22).

### **1.5.2 Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual merupakan bentuk pola pikir yang berfungsi sebagai pendekatan dalam pemecahan masalah. Kerangka ini umumnya menggunakan pendekatan ilmiah dan menampilkan hubungan antarvariabel dalam proses analisisnya. Berikut adalah kerangka berpikir dalam penelitian ini:

#### **1. Media Sosial**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah menginisiasikan terbentuknya konvergensi media, sehingga muncul fenomena media baru. Kemunculan media baru telah memungkinkan individu untuk terhubung, berinteraksi, dan berkomunikasi secara *realtime* dalam ruang virtual yang saat ini dikenal luas sebagai media sosial. Menurut Kaplan & Haenlin (2010: 61), media sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang dikembangkan dengan dasar teknologi dan ideologi Web 2.0, serta memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan

saling bertukar konten. Saat ini, media muncul sebagai bentuk perkembangan massif teknologi digital dan seluler, sehingga membuat interaksi antar individu terjadi secara lebih luas (Hasfi et al., 2023: 167) yang membuat media sosial menjadi media yang populer dan merambah ke semua generasi.

Tren penggunaan internet pun didominasi oleh media sosial dengan menggunakan *mobile phone* atau *smartphone*. Setiap *smathphone*, umumnya dilengkapi dengan berbagai aplikasi media sosial. Media sosial tersebut mempunyai fitur-fitur yang *relative* sama untuk berbagi pesan atau konten, baik dalam format teks, gambar, audio, atau video (Abdillah, 2022: 9). Salah satu aplikasi media sosial yang memanfaatkan fitur-fitur tersebut adalah TikTok.

## 2. Konten Dakwah

Konten dakwah diambil dari dua kata, yaitu konten dan dakwah. Konten menurut KBBI (2016) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten bisa disampaikan secara langsung melalui berbagai platform media sosial dalam bentuk gambar, audio, dan video.

Adapun pengertian dakwah secara terminology, menurut Tajiri (2019: 16) dakwah dapat dimaknai sebagai proses mengarahkan umat manusia kepada kebenaran yang datang dari Allah melalui berbagai medium seperti ucapan, tulisan, atau tindakan, guna membantu mereka

memperoleh petunjuk dan merasakan kebahagiaan hakiki di kehidupan dunia dan akhirat.

Berdasarkan definisi konten dan dakwah di atas, maka dakwah adalah segala informasi berupa ajakan menuju jalan Allah yang bertujuan agar umat manusia mendapatkan petunjuk untuk mendapatkan kebahagiaan dunia maupun akhirat dan disampaikan melalui media elektronik.

Terdapat tiga jenis konten dakwah yang tersedia di media sosial, yaitu:

- a. Audio, konten yang bisa diakses dengan menggunakan pendengaran, seperti podcast.
- b. Visual, konten yang bisa diakses dengan menggunakan penglihatan, seperti foto atau gambar.
- c. Audio-visual, konten yang bisa diakses menggunakan pendengaran dan penglihatan secara bersamaan, seperti video.

### 3. Fitur *For You Page*

Sebuah aplikasi akan berjalan apabila di dalamnya sudah dilengkapi dengan fitur-fitur yang dapat memudahkan penggunaannya. Istilah fitur dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) adalah karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat. Keberadaan fitur bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam menjalankan fungsi-fungsi tertentu di dalam aplikasi, termasuk TikTok. Fitur-fitur dalam aplikasi TikTok dapat berupa tombol-tombol atau menu-menu tertentu yang

memungkinkan pengguna melakukan hal tertentu. Berikut adalah contoh dari fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi TikTok, yaitu 1) Rekam dan Unggah Video; 2) *For You Page (FYP)*; 3) Penyuntingan Video; 4) Filter dan Efek; 5) Pengisi Suara; 6) *Live Streaming*; 7) Duet; 8) *Stich*; 9) Balasan Komentar dengan Video; 10) Komentar dan Interaksi; 11) Analisis Video; 12) Pesan Langsung; 13) Kontrol Privasi.

Salah satu fitur dalam TikTok yang mendapatkan perhatian paling banyak adalah fitur *For You Page (FYP)* atau Halaman Untuk Anda yang ada di beranda. Cara kerja dari *For You Page* adalah menggunakan algoritma dari pengguna. Algoritma digunakan oleh mesin pencari untuk menampilkan hasil yang paling sesuai dengan permintaan pengguna. Di media sosial, setiap platform memiliki sistem algoritma masing-masing, dan TikTok menonjol karena mengintegrasikan kecerdasan buatan yang mengatur alur distribusi kontennya. Selain itu, algoritma TikTok yang bersifat demokratis memungkinkan siapa saja untuk mendapatkan eksposur luas dan berpeluang viral. (Firamadhina & Krisnani, 2020: 203).

Para pengguna TikTok atau *TikTokers* sebutannya, seringkali menambahkan tagar atau *hashtag* FYP (#FYP) di *caption* ketika mereka mengunggah sebuah konten, dengan harapan konten yang mereka unggah akan menyebar secara lebih luas kepada para pengguna lain dan muncul di FYP pada saat para pengguna membuka aplikasi TikTok untuk pertama kali.

#### 4. Remaja

Remaja merupakan kelompok generasi yang memiliki keterikatan kuat dengan perkembangan teknologi digital, terutama dalam penggunaan media sosial. *World Health Organization* atau WHO menjelaskan bahwa masa remaja merupakan fase kehidupan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, dari usia 10 hingga 19 tahun. Remaja dalam fase perkembangan mengalami perubahan yang pesat pada pertumbuhan fisik, kognitif, dan psikososial. Hal tersebut memengaruhi pola pikir, pengambilan keputusan, dan cara mereka berinteraksi di lingkungan sekitar.

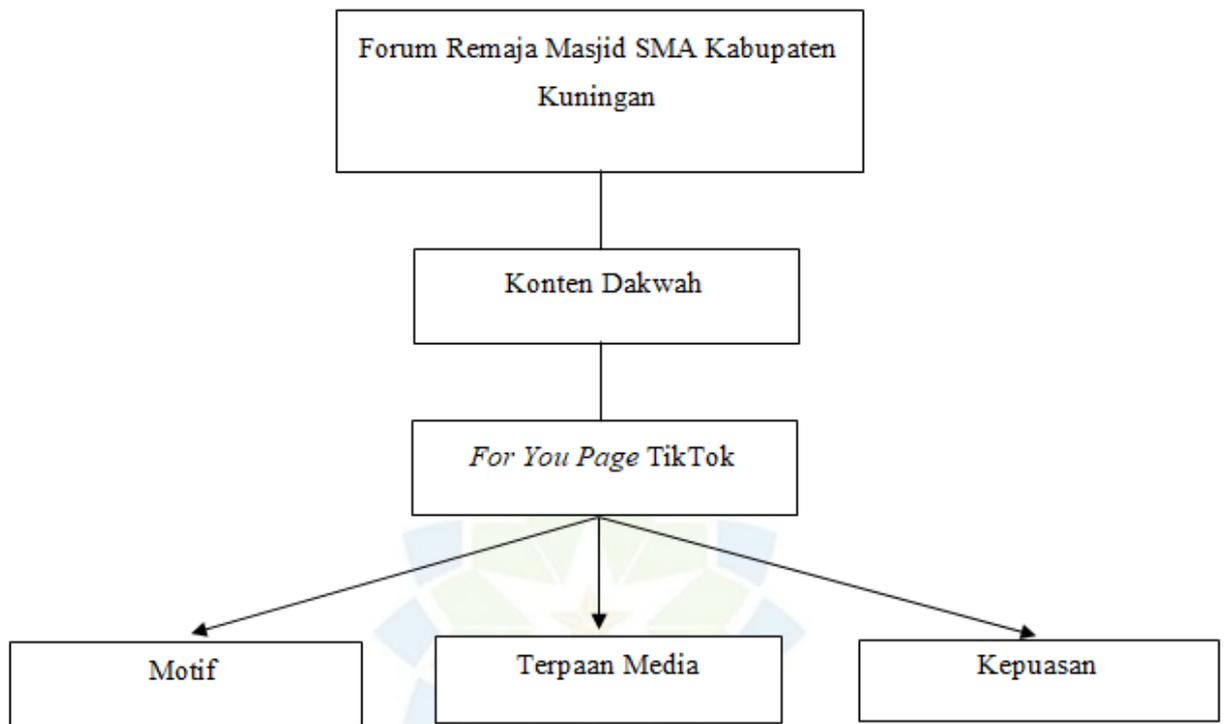
Kehidupan dewasa akan berbanding lurus dengan kehidupan saat remaja. Karena proses pencarian jati diri, remaja akan mudah dipengaruhi oleh *life style* (gaya hidup) di lingkungan sekitarnya. Ketika berhadapan dengan media, tentunya remaja yang rasa ingin tahunya sangat tinggi akan cenderung menerima pesan dari media. Remaja pada masa kini memiliki keunikan sendiri karena merupakan generasi "*net geners*". (Nureni et al., 2013: 30). Maka ada perbedaan antara remaja sekarang dan dulu. Remaja sekarang atau sering disebut generasi Zilenial, banyak berhubungan dengan media sehingga dijuluki sebagai *digital generation* yang memiliki karakteristik berbeda dengan remaja di era sebelumnya.

*Digital generation* atau generasi digital merujuk pada orang-orang yang lahir di era digital dan tumbuh dengan teknologi yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Menurut Marc Prensky *digital*

*generation* dibedakan menjadi dua, yaitu *digital natives* dan *digital immigrants*.

*Digital natives* adalah istilah untuk generasi yang sejak lahir telah hidup di era digital, di mana teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan cepat. Mereka memiliki kedekatan alami dengan perangkat teknologi seperti *gadget*, internet, dan media sosial sejak usia dini. Teknologi menjadi bagian integral dari kehidupan mereka, sehingga mereka terbiasa memanfaatkan *smartphone*, *platform* media sosial, dan berbagai aplikasi *online* dalam aktivitas sehari-hari. Generasi yang termasuk *digital natives* adalah generasi Z (Zilennial) dan generasi Alpha.

Sedangkan *digital immigrants* adalah istilah yang mengacu pada generasi yang lahir sebelum munculnya era digital. Mereka mengalami peralihan dari masa sebelum teknologi digital menjadi masa digital. Berbeda dengan *digital natives*, generasi ini mulai mengenal dan menggunakan teknologi ketika sudah menginjak usia dewasa. Meskipun sebagian dari mereka akhirnya terbiasa menggunakan teknologi, pola pembelajaran dan cara mereka beradaptasi dengan teknologi sering kali berbeda dengan generasi *digital natives* yang tumbuh bersama teknologi sejak dini, seperti generasi *Baby Boomer*, generasi X, dan generasi Y (Milennial).



**Gambar 1.2 Kerangka Konseptual**

## 1.6 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekretariat Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan atau Formass Kuningan yang bertempat di Masjid Syiarul Islam Kuningan, tepatnya berlokasi di Jalan Wahyu Kuningan Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena Sekretariat Formass Kuningan merupakan pusat kegiatan keagamaan bagi para remaja yang tergabung dalam forum tersebut.

Di tempat inilah para anggota secara rutin melaksanakan berbagai kegiatan seperti kajian keislaman, pelatihan dakwah, diskusi keagamaan, serta koordinasi program sosial dan spiritual. Selain itu, lokasi ini memiliki nilai strategis sebagai

titik temu yang merepresentasikan aktivitas keagamaan remaja SMA se-Kabupaten Kuningan. Karakteristik anggotanya yang aktif dalam kegiatan masjid sekaligus akrab dengan penggunaan media sosial, menjadikan mereka sebagai subjek yang relevan dan representatif untuk menggambarkan dinamika penerimaan konten dakwah di platform digital, khususnya melalui fitur *For You Page* TikTok.

### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (Sugiyono, 2009: 8).

Konstruktivisme meyakini bahwa individu-individu selalu berusaha memahami dunia di mana mereka hidup dan bekerja. Ada sejumlah asumsi yang diperkenalkan oleh Crotty dalam Creswell (2016: 51) untuk membahas konstruktivisme :

1. Makna dibentuk oleh manusia sebagai upaya untuk memahami dan berinteraksi dengan realitas yang sedang mereka tafsirkan
2. Manusia selalu berada dalam keterlibatan aktif dengan lingkungannya, dan mereka menafsirkan dunia berdasarkan latar belakang sejarah serta konstruksi sosial yang mereka miliki.
3. Makna tidak berdiri sendiri, melainkan lahir dari konteks sosial, baik melalui interaksi langsung dalam komunitas maupun dari pengaruh sosial yang lebih luas di luar komunitas tersebut.

Paradigma konstruktivisme ini digunakan, karena akan membantu memahami realitas sosial yang dibentuk oleh pengalaman subjektif anggota Forum Remaja Masjid SMA dalam memahami dan memaknai apa yang mereka akses di FYP TikTok mereka berdasarkan sudut pandang mereka sendiri. Sehingga diperlukan pendekatan yang menekankan pada interpretasi dan pemahaman mendalam terhadap pengalaman individu.

Kemudian, dalam penelitian ini, akan digunakan pendekatan kualitatif. Menurut Cresswell (2016: 167), tujuan dari penelitian kualitatif adalah memahami suatu fenomena dalam lingkungan sosial secara alami melalui proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena atau objek yang diteliti. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif, misalnya ucapan, perilaku, atau tulisan yang berasal dari subjek penelitian yang diamati.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Dalam buku “Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial” karya Herdiansyah (2012: 10), Polkinghorne menjelaskan bahwa fenomenologi dipahami sebagai pendekatan studi yang bertujuan mengungkap makna dari pengalaman-pengalaman individu terhadap suatu fenomena atau konsep tertentu. Fenomenologi mempelajari bagaimana pengetahuan muncul dari kesadaran, dengan menekankan pemahaman terhadap objek atau peristiwa melalui pengalaman yang dialami secara sadar (Hadi, et al, 2021: 30).

Studi fenomenologi berusaha mencari jawaban terkait esensi dari suatu fenomena. Ada dua hal utama yang menjadi fokus dalam penelitian fenomenologi, yaitu :

1. *Textural description* : apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena.
2. *Structural description* : bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya.

Dalam penelitian ini, metode fenomenologi digunakan untuk melihat dan menggali pemaknaan dari anggota Forum Remaja Masjid SMA Kuningan dalam menggunakan fitur FYP yang ada di TikTok sebagai sumber informasi keagamaan mereka.

#### **1.6.4 Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif yang didapatkan dari sumber data primer dan sekunder. Data yang terkumpul adalah jawaban informan atas pertanyaan peneliti yang telah diajukan dan berkaitan dengan rumusan masalah dan tujuan yang sudah ditetapkan.

##### **2. Sumber Data**

###### **a. Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009: 143).

Maka pada penelitian, peneliti akan menggunakan data primer yang

diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi kepada informan dari anggota Forum Remaja Masjid SMA Kuningan yang secara aktif menggunakan TikTok sebagai sumber informasi keagamaan dalam kesehariannya.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data (Sugiyono, 2009: 143). Penelitian ini akan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari buku, artikel jurnal, *website*, dan dokumen-dokumen yang terpercaya dan dapat menunjang penelitian ini.

### **1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Analisis**

1. Informan dan Unit Analisis

Informan adalah subjek penelitian yang dianggap mengetahui permasalahan penelitian sehingga dapat memberikan informasi. Informan dalam penelitian ini dipertimbangkan berdasarkan kecukupan dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih adalah anggota Forum Remaja Masjid SMA Kuningan yang terkait langsung dan pengguna aktif media sosial TikTok.

Adapun kriteria informan yang peneliti maksud dalam penelitian ini mengacu pada yang disebutkan Kuswarno (2009: 44) dalam penelitian fenomenologi, adalah:

- a. Informan harus mengalami langsung situasi atau kejadian yang berkaitan dengan topik penelitian. Tujuannya untuk mendapatkan

deskripsi dari sudut pandang orang pertama. Ini merupakan kriteria utama dan harus dalam penelitian fenomenologi. Syarat inilah yang akan mendukung sifat otentitas penelitian fenomenologi.

- b. Informan mampu menggambarkan kembali fenomena yang telah dialaminya, terutama dalam sifat alamiah dan maknanya. Hasilnya akan diperoleh data yang alami dan reflektif menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
- c. Bersedia untuk terlibat dalam kegiatan penelitian yang mungkin membutuhkan waktu yang lama.
- d. Bersedia untuk diwawancara dan direkam aktivitasnya selama wawancara atau selama penelitian berlangsung.
- e. Memberikan persetujuan untuk mempublikasikan hasil penelitian.

Selanjutnya, unit analisis di dalam penelitian ini adalah anggota Forum Remaja Masjid SMA Kuningan, dimana peneliti akan menganalisis pengalaman mereka dalam mengakses fitur *For You Page* di TikTok sebagai sumber informasi keagamaan mereka.

## 2. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik *sampling snowball*. Teknik ini merupakan suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Teknik ini mengacu pada analogi bola salju yang kecil dan kemudian membesar secara bertahap ketika digulingkan di hamparan salju.

Dalam *sampling snowball*, identifikasi awal dimulai dari satu informan yang masuk dalam kriteria penelitian (Abdussamad, 2021: 87). Kemudian berdasarkan hubungan keterkaitan langsung maupun tidak langsung, dapat ditemukan informan berikutnya yang direkomendasikan oleh informan sebelumnya.

Informan yang digunakan pada penelitian ini berjumlah tiga orang yang merupakan pengurus aktif dari Forum Remaja Masjid SMA Kabupaten Kuningan. Informan tersebut yaitu ketua umum, sekretasi umum, dan anggota Formass Kuningan.

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Observasi**

Observasi dilakukan ketika peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas (Creswell, 2016, 15) anggota Forum Remaja Masjid SMA Kuningan di lokasi Penelitian. Dalam Teknik pengumpulan data melalui observasi ini, peneliti akan berperan sebagai partisipan dan terlibat pada kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Forum Remaja Masjid SMA Kuningan untuk mendapatkan data dan informasi yang dapat melengkapi penelitian.

##### **2. Wawancara**

Peneliti sebagai *interviewer* (pewawancara) mengajukan sejumlah pertanyaan kepada informan-informan dari Forum Remaja Masjid SMA Kuningan yang sudah ditetapkan dengan melakukan *in-depth interview* (wawancara mendalam). Wawancara ini memerlukan pertanyaan-

pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka (*open-ended*) yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan (Creswell, 2016: 16).

### 3. Dokumentasi

Selama proses penelitian, data juga dapat diperoleh dari dokumen-dokumen (Creswell, 2016: 16) yang relevan dengan penelitian. Seperti berita, artikel, jurnal, dan penelitian-penelitian lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian.

#### **1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Teknik penentuan keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2009: 241).

Dijelaskan pula oleh Creswell, untuk menentukan bahwa hasil dari penelitian ini sudah valid dan akurat maka dilaksanakan triangulasi. Validasi ini diperlukan agar informan memberikan data yang akurat. Triangulasi adalah menguatkan bukti dari pengalaman beberapa individu, dari interview dan observasi, atau dari metode pengumpulan data.

#### **1.6.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah model Miles and Huberman yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas analisis data tersebut menurut Sugiyono (2009: 247-252), yaitu:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu. Maka dengan reduksi data, akan memberikan kejelasan pada peneliti dalam melakukan pengumpulan data.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah mereduksi data, selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian ini, penyajian data akan dilakukan dalam bentuk tabel yang berisi teks naratif hasil wawancara dengan informan.

3. *Conclusion drawing/verification*

Dari data-data yang telah terkumpul maka selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Di mana data-data tersebut haruslah valid dan kuat, karena diperlukan untuk penarikan kesimpulan yang kredibel dan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.