

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia telah melahirkan fenomena baru dalam pola konsumsi informasi di masyarakat. Dalam satu dekade terakhir, transformasi digital di Indonesia telah mengalami percepatan signifikan dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mencapai 221.563.479 jiwa, dari total penduduk sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Berdasarkan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang diterbitkan oleh APJII, tingkat penetrasi internet - Net Indonesia telah mencapai 79,5%, meningkat sebesar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Lebih dari setengah populasi pengguna internet ini juga merupakan pengguna aktif media sosial.¹ Platform-platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, menyediakan beragam konten yang mencakup hiburan, informasi, hingga pendidikan. Bagi sebagian besar masyarakat, media digital tidak lagi sekadar alat untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sumber utama untuk memperoleh wawasan dan inspirasi.

¹ Sofyan Mufti Prasetyo, Rehan Gustiawan, Farhat, Fabian Rizzel Albani, "Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia," *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia* (BIIKMA), Vol. 2, No. 1, Juni 2024, hal. 65-71

YouTube, sebagai platform berbagi video terbesar di dunia, telah berkembang menjadi sarana penting dalam penyampaian pengetahuan dan pembelajaran. Platform ini memberikan peluang kepada siapa saja, baik individu maupun institusi, untuk berbagi informasi dengan jangkauan luas. Banyak figur publik, akademisi, dan tokoh agama di Indonesia yang memanfaatkan YouTube sebagai media untuk memberikan ceramah, diskusi, maupun materi pendidikan secara virtual.² Fenomena ini didukung oleh fleksibilitas akses yang ditawarkan oleh YouTube, di mana masyarakat dapat menonton video kapan saja dan di mana saja, tanpa batasan ruang dan waktu. Bagi masyarakat Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah, termasuk daerah yang memiliki akses terbatas terhadap pendidikan formal, YouTube menawarkan alternatif edukasi yang mudah dijangkau dan diakses.

YouTube sebagai media edukasi di bidang pendidikan menunjukkan peningkatan signifikan, terutama dalam popularitas video pembelajaran yang menduduki rating tinggi. Konten yang tersedia secara online jauh lebih banyak dibandingkan yang disediakan secara konvensional, dengan berbagai format menarik yang memenuhi kebutuhan individu.³ Namun, penting bagi pengguna untuk memeriksa keakuratan informasi pada konten tersebut. Akibatnya, siswa kini semakin memanfaatkan internet untuk mencari sumber belajar tambahan. Selain itu, platform YouTube juga berfungsi sebagai sarana

² Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram," *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No. 2 (Juli - Desember 2016)

³ Sasmita, R. S., "Pemanfaatan Internet sebagai Sumber Belajar," *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 2, no. 1 (2020): 99–103, <https://doi.org/10.31004/jpdk.v2i1.603>.

rekreasi berkat fleksibilitas kontennya yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Pada pendidikan tinggi, khususnya di kalangan mahasiswa, YouTube dan platform digital lainnya telah menjadi sumber belajar tambahan yang penting. Mahasiswa di Indonesia umumnya menghadapi beban akademik yang berat serta tuntutan untuk mengembangkan pemikiran kritis dan kemampuan analitis yang mendalam. Mereka harus mampu menyelesaikan berbagai tugas akademik yang kompleks sambil terus memperbarui pengetahuan di bidang studi masing-masing.⁴ Di sisi lain, tekanan akademik dan kebutuhan untuk menjaga kualitas hasil penelitian sering kali mengakibatkan kelelahan dan menurunnya motivasi belajar. Pada titik ini, motivasi belajar sangat penting untuk menjaga keterlibatan mahasiswa dalam proses pembelajaran, membantu mereka mengatasi tantangan, dan mencapai hasil akademik yang optimal.

Salah satu cara yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mendapatkan inspirasi dan mempertahankan motivasi belajar adalah dengan mengakses konten-konten inspiratif di media sosial dan platform digital, seperti YouTube. Di antara berbagai sumber inspirasi yang ada, channel YouTube milik Prof. Dr. M. Quraish Shihab menjadi salah satu yang paling populer di kalangan mahasiswa Muslim di Indonesia, termasuk mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Quraish Shihab adalah seorang ulama dan

⁴ Ning T. Damayanti dan Mita Juliawati, "Pemanfaatan YouTube sebagai Sumber Pembelajaran untuk Mahasiswa," *e-GiGi*, Vol. 13, No. 1 (2025): Universitas Trisakti, doi: <https://doi.org/10.35790/eg.v13i1.54311>.

cendekiawan Muslim terkemuka yang dikenal luas di Indonesia karena pemahamannya yang mendalam tentang tafsir Al-Qur'an dan kemampuannya dalam menyampaikan nilai-nilai Islam secara mendalam namun mudah dipahami.⁵ Melalui channel YouTube-nya, Quraish Shihab menyajikan berbagai konten yang tidak hanya mencakup kajian agama, tetapi juga pandangan-pandangan inspiratif tentang kehidupan, moralitas, dan pendidikan yang relevan dengan tantangan kehidupan sehari-hari.

Bagi mahasiswa pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang mendalami studi Islam, channel YouTube Quraish Shihab ini memiliki daya tarik tersendiri. Tidak hanya karena kontennya yang relevan dengan bidang akademik yang mereka pelajari, tetapi juga karena penyampaian Quraish Shihab yang menenangkan dan inspiratif. Dalam setiap penyampaian, beliau mengombinasikan komunikasi verbal yang jelas dan sistematis dengan komunikasi nonverbal yang penuh ketenangan dan empati. Gaya komunikasi verbal Quraish Shihab yang lugas, sederhana, dan padat, memudahkan audiens dalam memahami topik yang disampaikan, sementara aspek komunikasi nonverbal, seperti intonasi suara yang tenang, ekspresi wajah yang ramah, dan gestur yang penuh perhatian, memberikan efek emosional yang mendalam bagi audiens.

Dalam penelitian ini, telah dilakukan pra-survei terhadap 30 responden mahasiswa pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung untuk

⁵ Reni Kumalasari, "Mengenal Ketokohan Quraish Shihab sebagai Pakar Tafsir Indonesia," *Basha'ir: Jurnal Studi Alquran dan Tafsir*, Vol. 1, no. 2 (Desember 2021): 95–104, <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/bashair/article/view/843>.

mengetahui kecenderungan mereka dalam menggunakan platform digital sebagai sumber motivasi belajar. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 83% responden secara rutin menggunakan YouTube sebagai sarana untuk memperoleh inspirasi tambahan di luar aktivitas akademik mereka. Dari jumlah tersebut, sekitar 60% di antaranya menyatakan sering menonton channel YouTube Quraish Shihab karena kontennya yang relevan dengan studi Islam dan gaya penyampaian yang menyenangkan serta mudah dipahami.

Pra-survei ini juga mengungkapkan bahwa gaya komunikasi Quraish Shihab memberikan efek positif terhadap motivasi belajar mahasiswa. Sebanyak 70% dari responden melaporkan bahwa penyampaian Quraish Shihab yang memadukan komunikasi verbal yang jelas dan sistematis dengan komunikasi nonverbal yang ramah membuat mereka lebih termotivasi dalam menjalani proses akademik.

Temuan pra-survei ini menunjukkan bahwa YouTube, khususnya channel Quraish Shihab, berperan penting sebagai sumber motivasi belajar, khususnya dalam konteks pendidikan agama. Fenomena ini menguatkan urgensi penelitian ini untuk menganalisis lebih dalam bagaimana elemen komunikasi verbal dan nonverbal dalam konten YouTube dapat memengaruhi motivasi belajar mahasiswa pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Penelitian mengenai hubungan komunikasi verbal dan nonverbal dengan motivasi belajar tafsir ini memiliki keunikan tersendiri. Berbeda

dengan penelitian lain yang lebih berfokus pada efektivitas media pembelajaran secara umum, penelitian ini secara spesifik mengkaji bagaimana kombinasi komunikasi verbal dan nonverbal dalam media digital, khususnya YouTube, dapat berperan dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa pascasarjana. Kajian ini penting karena komunikasi dalam pembelajaran tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterlibatan emosional dan kognitif mahasiswa dalam memahami materi yang disampaikan.

Dengan semakin berkembangnya media digital sebagai sarana pendidikan, pemahaman mengenai bagaimana elemen komunikasi dalam media digital dapat mempengaruhi motivasi belajar menjadi semakin penting. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi akademisi, praktisi komunikasi, dan pendidik dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam dunia pendidikan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan model pembelajaran berbasis digital yang lebih interaktif dan inspiratif, khususnya dalam bidang tafsir dan pendidikan Islam secara umum. Dalam era digital yang semakin maju, media sosial dan platform berbasis video telah menjadi bagian dari keseharian mahasiswa dalam mengakses informasi. Oleh karena itu, memahami bagaimana komunikasi dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan motivasi belajar menjadi langkah penting dalam merancang metode pembelajaran yang lebih relevan dengan kebutuhan mahasiswa saat ini. Dengan meneliti hubungan antara komunikasi verbal dan nonverbal

dengan motivasi belajar tafsir, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi dalam pendidikan Islam serta memperkaya literatur mengenai peran media digital dalam dunia akademik.

B. Perumusan Masalah

Adapun Rumusan masalah dalam penelitian diantaranya :

1. Bagaimana hubungan komunikasi verbal dalam video pada channel YouTube Quraish Shihab dengan motivasi belajar tafsir mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Bagaimana hubungan komunikasi nonverbal yang ditampilkan dalam video pada channel YouTube Quraish Shihab dengan motivasi belajar tafsir mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Bagaimana hubungan komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal secara simultan dengan motivasi belajar tafsir mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung melalui channel YouTube Quraish Shihab?

C. Tujuan dan Keguaan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian diantaranya :

1. Menganalisis hubungan komunikasi verbal dalam video pada channel YouTube Quraish Shihab dengan motivasi belajar tafsir mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Menganalisis hubungan komunikasi nonverbal yang ditampilkan dalam video pada channel YouTube Quraish Shihab dengan motivasi belajar tafsir mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Menganalisis hubungan komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal secara simultan dengan motivasi belajar tafsir mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung melalui channel YouTube Quraish Shihab.

Sedangkan, kegunaan penelitiannya diantaranya :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi verbal dan nonverbal di media digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan teoritis mengenai pengaruh komunikasi dalam meningkatkan motivasi belajar di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur di bidang komunikasi dan pendidikan, serta memberikan perspektif baru terkait peran media sosial sebagai sumber motivasi dalam proses pembelajaran pada jenjang pendidikan tinggi, khususnya dalam konteks pendidikan Islam di Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan praktis, antara lain:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi mahasiswa, terutama mahasiswa pascasarjana, tentang pentingnya peran komunikasi verbal dan nonverbal dalam meningkatkan motivasi belajar. Mahasiswa dapat lebih memahami bagaimana konten di media digital, seperti channel YouTube, dapat dijadikan sumber motivasi untuk mendukung pembelajaran mereka.
- b. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para dosen dan akademisi untuk mengembangkan metode pengajaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan media digital. Pemahaman mengenai elemen-elemen komunikasi yang memotivasi belajar dapat membantu para pengajar merancang materi yang lebih menarik dan relevan bagi mahasiswa.
- c. Temuan dari penelitian ini dapat membantu para pembuat konten edukasi di media digital untuk memahami bagaimana penggunaan komunikasi verbal dan nonverbal yang efektif dapat meningkatkan daya tarik dan dampak konten terhadap audiens. Ini dapat menjadi acuan dalam pembuatan konten yang lebih inspiratif dan mendukung proses pembelajaran audiens.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian lanjutan terkait peran komunikasi dalam media digital,

khususnya dalam bidang pendidikan Islam dan motivasi belajar. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan studi-studi berikutnya yang mengeksplorasi hubungan antara komunikasi di media sosial dengan aspek-aspek motivasi dalam berbagai konteks pendidikan lainnya.

D. Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah cara masyarakat, termasuk mahasiswa, dalam mengakses informasi dan mencari motivasi belajar. YouTube, sebagai salah satu platform media digital yang paling populer, menyediakan akses mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan berbagai jenis konten, termasuk konten edukasi dan inspiratif dari tokoh-tokoh terkenal. Salah satu channel YouTube yang berpengaruh dalam konteks pendidikan Islam adalah channel milik Quraish Shihab, yang menyajikan konten-konten pendidikan agama yang disampaikan dengan gaya komunikasi yang khas, meliputi aspek komunikasi verbal dan nonverbal.

Komunikasi verbal dan nonverbal merupakan dua komponen utama dalam penyampaian pesan. Komunikasi verbal melibatkan pemilihan kata, struktur kalimat, dan intonasi yang jelas sehingga pesan dapat disampaikan secara logis dan mudah dipahami. Sementara itu, komunikasi nonverbal meliputi elemen-elemen seperti ekspresi wajah, gestur, kontak mata, dan intonasi suara, yang menambah dimensi emosional dalam penyampaian

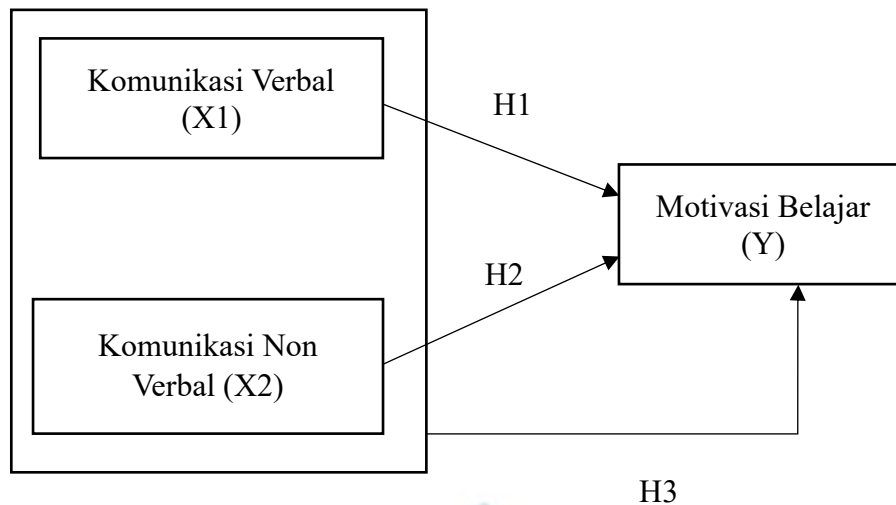
pesan.⁶ Kombinasi keduanya diyakini dapat meningkatkan daya tarik konten dan membuat pesan lebih efektif, khususnya dalam konteks motivasi belajar.

Sedangkan, motivasi belajar adalah faktor penting yang mendorong mereka untuk terus berusaha mencapai pencapaian akademik yang optimal, mengatasi tantangan dalam studi, dan mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam dalam bidang keilmuan mereka.⁷ Channel YouTube Quraish Shihab diharapkan memiliki peran signifikan dalam hal ini, mengingat penyampaian pesan yang inspiratif dan mendalam sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dalam meningkatkan motivasi belajar.

Kerangka pemikiran ini membentuk dasar bagi hipotesis bahwa ada hubungan antara elemen komunikasi verbal dan nonverbal yang digunakan oleh Quraish Shihab dengan motivasi belajar mahasiswa pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini akan menguji bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal tersebut mempengaruhi motivasi belajar, serta faktor-faktor spesifik dalam masing-masing jenis komunikasi yang memiliki

⁶ Parianto, dan Siti Marisa, "Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam Pembelajaran," *Analytica Islamica*, Vol. 11, no. 2 (Juli-Desember 2022): Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Sumatera Utara.

⁷ Budi, Suci Ramadhani, Ayu Azhari, dan Anggun Sari Fadilla, "Komunikasi Interpersonal Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa," *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, Vol. 6, no. 4 (2023): 1987–1992, <https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i4.21526>.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

E. Hipotesis

H1: Diduga terdapat hubungan positif dan signifikan antara komunikasi verbal dengan motivasi belajar tafsir pada mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

H2: Diduga terdapat hubungan positif dan signifikan antara komunikasi nonverbal dengan motivasi belajar tafsir pada mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

H3: Diduga terdapat hubungan positif dan signifikan secara simultan antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal dengan motivasi belajar tafsir pada mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung melalui channel YouTube Quraish Shihab.