BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Seni musik telah lama menjadi instrumen komunikasi yang melampaui batas-batas bahasa formal. Dalam konteks keberagamaan di Indonesia, musik religi sering kali menjadi jembatan antara doktrin teologis yang kaku dengan perasaan manusia yang cair. Munculnya lagu berjudul "*Iqro*" membawa sebuah resonansi unik dalam industri musik kontemporer.

Seperti diberitakan media nasional, pada awal Februari 2026 Raim Laode merilis lagu berjudul “Iqro” yang disertai nuansa Islam menyambut Ramadhan (Hamdani, 2026). Raim Laode menegaskan bahwa lagu ini “tidak sekadar bernuansa keagamaan, melainkan juga berbicara mengenai rasa kecilnya manusia di hadapan-Nya. Dengan begitu, Lagu “Iqro” tidak hanya berfungsi sebagai pengantar pembelajaran membaca huruf hijaiyah (secara tradisional “Iqro” berarti “bacalah”), tetapi juga sebagai media refleksi spiritual dan dakwah.

Lagu ini tidak hadir dengan aransemen kasidah tradisional atau hadrah yang biasa diasosiasikan dengan musik dakwah, melainkan dikemas dalam estetika *pop-folk* yang mudah dicerna oleh generasi muda. Hal ini memicu sebuah fenomena di mana pesan yang bersifat transenden (keilahian) ditarik masuk ke dalam ruang imanen (keseharian digital), menciptakan ruang diskusi

baru mengenai bagaimana nilai-nilai Al-Qur'an dipresentasikan di era modern (Syamsuddin, 2016a).

Fenomena tersebut tidak dapat dilepaskan dari sosok Raim Laode sebagai pencipta lagu “Iqro”. Raim Laode dikenal sebagai komika dan penyanyi sekaligus penulis lagu asal Wakatobi, Sulawesi Tenggara, Indonesia. Raim mulai dikenal publik setelah berkompetisi dalam acara *Stand Up Comedy Academy* (SUCA 2), kemudian merambah dunia music pada 2018. Single debutnya dengan judul “Cemburu” diliris pada Oktober 2018, diikuti lagu – lagu yang lain yang mengusung tema – tema romantic dan personal. Baru–baru ini, Raim menciptakan karya musik bernuansa religius.

Namun demikian, perkembangan karier Raim Laode tidak hanya menunjukkan konsistensi dalam produksi karya, tetapi juga memperlihatkan adanya peningkatan legitimasi kultural melalui berbagai capaian prestasi. Keberhasilannya meraih dua penghargaan dalam Anugerah Musik Indonesia (AMI) Awards 2023 melalui lagu “Komang”, serta pengakuan dalam ajang *Spotify Wrapped Live* 2025, dapat dipahami sebagai bentuk penguatan posisi simbolik dalam industri musik arus utama. Capaian tersebut tidak hanya merepresentasikan keberhasilan individual, tetapi juga membentuk otoritas Raim Laode sebagai produsen makna yang memiliki daya pengaruh terhadap khalayak.

Sebagai musisi Raim pun mengunggah lagu "Iqro" di berbagai *platform* media sosial, salah satunya TikTok. Akun TikTok dengan *username*

@raimlaode94 meraih 3juta *followers*, 99,2juta *like* ini, Raim secara aktif mengunggah konten musik, termasuk versi *folk* akustik dari lagu Iqro, yang kemudian memicu interaksi masif dari para pengikutnya (*followers*). Akun @raimlaode94 pun menjadi ruang pertemuan antara karya seni religi dan audiens digitalnya.

Melalui akun TikTok @raimlaode94, Raim tidak hanya membagikan karya musik, tetapi juga membangun ruang interaksi digital dengan audiens melalui fitur komentar, penggunaan *audio*, duet, dan *repost*. Interaksi yang muncul memperlihatkan bahwa pengguna TikTok tidak sekadar menjadi pendengar pasif, melainkan turut memberikan respons, interpretasi, bahkan konteks baru terhadap pesan religius yang terkandung dalam lagu "Iqro". Fenomena tersebut sejalan dengan karakteristik budaya partisipatif di media digital yang memungkinkan pengguna berperan aktif dalam membentuk dan menyebarkan makna pesan media (Marzuki et al., 2026).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Salah satu bentuk respons yang hadir di kolom komentar unggahan lagu Iqro di akun @raimlaode94 datang dari salah satu *followers*, yang menuliskan:

"... hati yang awalnya hilang arah kepada tuhan ini jadi tau tujuan sebenarnya apalagi di dunia yang sesingkat ini..."

Ungkapan tersebut memperlihatkan bahwa konten dakwah digital tidak selalu diterima secara pasif oleh audiens, melainkan dapat memantik respons yang bersifat reflektif dan personal. Hal ini menunjukkan adanya potensi lagu

"Iqro" sebagai medium dakwah yang melampaui fungsi hiburan semata di tengah ekosistem media sosial yang terus berkembang.

Fenomena inilah yang kemudian menjadikan TikTok relevan untuk dikaji lebih jauh, khususnya dalam konteks penyebaran pesan dakwah melalui konten musik religi. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bertajuk "Survei Profil Internet Indonesia 2025," TikTok telah resmi menjadi media sosial paling banyak diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Survei yang melibatkan 8.700 responden warga negara Indonesia berusia minimal 13 tahun di 38 provinsi dalam rentang waktu 10 April hingga 16 Juli 2025 itu menunjukkan bahwa sebanyak 35,17 persen responden menyatakan mengakses TikTok, meningkat drastis dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 18,61 persen. Angka ini menempatkan TikTok jauh melampaui platform-platform lain seperti YouTube (23,76%), Facebook (21,58%), Instagram (15,94%), dan X/Twitter (0,56%) (Fairuz & Pertiwi, 2025). Dominasi TikTok sebagai *platform* digital terpopuler di Indonesia ini sekaligus membuka peluang strategis bagi penyebaran pesan-pesan keagamaan, termasuk dakwah, kepada audiens yang lebih luas.

Dakwah secara etimologis berasal dari kata Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Secara terminologis, dakwah dapat dimaknai sebagai upaya sistematis dan terencana untuk menyeru manusia agar beriman kepada Allah SWT, mengerjakan amar makruf (kebaikan), dan mencegah kemunkaran, dengan menggunakan berbagai metode dan media

yang relevan dengan zamannya (Aziz,2017, hlm.6). Konsepsi dakwah sebagai sebuah aktivitas komunikasi yang bersifat dinamis dan adaptif terhadap perubahan konteks sosial menjadi landasan teoritis yang penting untuk memahami mengapa dakwah kontemporer harus bersentuhan dengan *platform* digital. Dalam kerangka tersebut, seni termasuk musik telah lama diakui sebagai salah satu medium yang mampu menjebatani pesan dakwah dengan khalayak secara efektif dan emosional.

Musik sebagai medium dakwah bukanlah fenomena baru dalam tradisi penyebaran Islam. Wali Songo, misalnya, dikenal menggunakan seni tembang dan gamelan sebagai media dakwah yang efektif di Nusantara. Namun, dalam konteks kekinian, medium seni tersebut telah berevolusi ke dalam format digital yang menjangkau audiens jauh lebih luas dan lintas geografis. Lagu *Iqro* karya Raim Laode hadir dalam tradisi ini sebuah karya seni yang sekaligus berfungsi sebagai medium dakwah. Melalui diksi yang puitis namun aksesibel, lagu ini berhasil menyampaikan pesan tauhid keesaan dan keagungan Allah kepada audiens yang mungkin tidak akan tersentuh oleh format dakwah konvensional seperti ceramah atau pengajian (Az-Zahra et al., 2025). Evolusi medium dakwah dari panggung seni tradisional menuju platform digital inilah yang kemudian melahirkan apa yang dikenal sebagai dakwah digital.

Dakwah digital adalah perwujudan dakwah dalam ekosistem media baru yang memanfaatkan perangkat teknologi informasi dan komunikasi, termasuk media sosial, aplikasi berbasis internet, dan platform konten digital, sebagai

wahana penyampaian pesan-pesan keislaman. Konsep dakwah digital berkembang seiring dengan massifnya penetrasi internet dan media sosial di tengah masyarakat Muslim Indonesia (Muhyiddin & Safe'i, 2020). Dalam kajian komunikasi Islam kontemporer, dakwah digital dipandang bukan sekadar perpindahan medium dari offline ke online, tetapi juga pergeseran paradigma dalam cara pesan dakwah diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh audiens.

Untuk memahami bagaimana audiens memaknai konten dakwah yang disampaikan melalui lagu *Iqro* di TikTok, penelitian ini menggunakan kerangka teori resepsi Stuart Hall, khususnya model *encoding-decoding* yang dikembangkannya. Dalam model tersebut, Hall berpendapat bahwa proses komunikasi massa bersifat non-linier: makna yang disandi (*encoded*) oleh produsen pesan tidak serta-merta diterima secara identik oleh audiens. Sebaliknya, audiens memiliki posisi aktif dalam menyandi-balik (*decoding*) pesan berdasarkan latar belakang sosial, budaya, ideologi, dan pengalaman hidup masing-masing (Hall, 1980, hlm. 128–138). Dalam konteks penelitian ini, kolom komentar TikTok pada akun @raimlaode94 menjadi arena yang sangat kaya untuk melihat bagaimana para pengikut akun tersebut mendekode pesan dakwah dalam lagu *Iqro* dan mengekspresikannya melalui interaksi digital.

Meskipun kajian mengenai dakwah digital telah banyak dilakukan, terdapat celah penelitian (*research gap*) yang signifikan jika dikomparasikan

dengan literatur akademik saat ini. Berdasarkan analisis terhadap beberapa penelitian terdahulu, ditemukan setidaknya dua kesenjangan utama. Pertama Firly Annisa, Frizki Yulianti Nurnisya, dkk (2025). yang berjudul *"Decoding Diversity: Indonesian Student' Reception of Religious and Multicultural Themes in 'Mentega Terbang' Using Stuart Hall's Encoding/Decoding Framework"* yang dimuat dalam CHANNEL: Jurnal Komunikasi mengaplikasikan model *encoding-decoding* Stuart Hall untuk memetakan posisi pemaknaan audiens terhadap tema keagamaan dalam film *Mentega Terbang*. Meskipun relevan dari sisi teori, penelitian ini berbeda pada tiga aspek krusial: objek kajiannya berupa film sinema konvensional, bukan lagu religi digital, subjeknya adalah mahasiswa yang dikondisikan untuk menonton film, bukan pengikut organik suatu akun media sosial, dan pesannya dikaji dalam konteks pluralisme budaya, bukan sebagai medium dakwah. Sementara penelitian ini secara spesifik mengkaji lagu "Iqro" sebagai dakwah digital di platform TikTok dengan subjek followers akun @raimlaode94 yang berinteraksi secara aktif dan sukarela dengan konten tersebut.

Kedua, penelitian Luluk Ilma Inun, Nur Rovida Femila Sari, dan Luluk Fikri Zuhriyah (2025) bertajuk "*Preaching in Marginal Spaces: Audience Reception of Gus Miftah's Da'wah Through Stuart Hall's Encoding-Decoding Approach*" yang diterbitkan dalam *SYIAR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* secara khusus mengaplikasikan teori *encoding-decoding* Hall pada konten dakwah digital dan menemukan tiga posisi pemaknaan yang berbeda di antara audiens. Meski relevan dari sisi teori dan objek kajian, penelitian ini

berbeda dalam hal subjek (pengikut akun TikTok @raimlaode94), objek (lagu *Iqro*), dan platform yang diteliti.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu di atas, teridentifikasi celah akademis yang signifikan. Belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji resepsi audiens terhadap konten dakwah yang dikemas dalam format lagu pop religi di platform TikTok dengan subjek penelitian berupa pengikut (*followers*) akun kreator tertentu. Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek: pertama, pada *objek material* yang berupa lagu "*Iqro"* karya Raim Laode sebuah karya seni yang memiliki dimensi ganda sebagai produk budaya populer sekaligus medium dakwah. Kedua, pada *lokus penelitian* berupa platform TikTok yang secara empiris terbukti menjadi media sosial paling populer di Indonesia pada tahun 2025. Dan ketiga, pada *subjek penelitian* yang merupakan para pengikut akun @raimlaode94 yang secara aktif berinteraksi dengan konten dakwah melalui mekanisme komentar digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Penelitian ini juga hadir sebagai respons atas kebutuhan akademis untuk memahami dinamika resepsi audiens dalam konteks ekosistem media sosial yang terus berubah. Jika penelitian-penelitian sebelumnya cenderung meneliti film atau Instagram, penelitian ini secara tegas memilih TikTok sebagai arena utama kajian dengan alasan empiris yang telah dipaparkan sebelumnya. Selain itu, penggunaan komentar *followers* sebagai data primer resepsi audiens sebagaimana dicontohkan oleh komentar akun "m" yang menjadi salah satu

titik berangkat penelitian ini merupakan pendekatan metodologis yang sesuai dengan karakteristik interaksi digital di era TikTok yang sangat berbasis partisipasi dan ekspresi diri publik.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam dengan judul: **Resepsi Lagu Iqro Sebagai Dakwah Digital di Platform Tiktok (Studi Kasus pada Akun Tiktok @raimlaode94).**

Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, agar kajian ini lebih terarah dan mendalam, maka fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan) pada *followers* TikTok @raimlaode94 memaknai pesan lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital di platform TikTok?

1.2.2 Bagaimana *relations of production* (hubungan produksi) pada *followers* TikTok @raimlaode94 memaknai pesan lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital di platform TikTok?

1.2.3 Bagaimana *Tehnical infrastructure* (Infrastruktur Teknis) pada *followers* TikTok @raimlaode94 memaknai pesan lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital di platform TikTok?

Tujuan Penelitian

Sejalan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1.3.1. Menganalisis *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan) *followers* Tiktok @raimlaode94 dalam memaknai lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital di platform TikTok.

1.3.2. Menganalisis *relations of production* (hubungan produksi) *followers* Tiktok @raimlaode94 terhadap lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital di platform TikTok.

1.3.3. Menganalisis *Tehnical infrastructure* (Infrastruktur Teknis) Kegunaan Penelitian *followers* Tiktok @raimlaode94 terhadap lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital di platform TikTok.

Kegunaan Penelitian

Penelitain ini diharapkan dapat memberikan kontribusi siginifikan, baik secara teoritis maupun parktis:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian ilmu komunikasi penyiaran Islam. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), khususnya kajian dakwah digital yang memanfaatkan platform media sosial sebagai medium penyampaian pesan keagamaan. Dengan mengaplikasikan teori resepsi Stuart Hall dalam konteks dakwah berbasis konten musik religi di TikTok, penelitian ini berkontribusi pada perluasan cakupan penerapan model *encoding-decoding* yang selama ini lebih banyak dikaji dalam

konteks *platform* YouTube maupun format ceramah konvensional.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap pemahaman mengenai dakwah digital sebagai sebuah paradigma baru dalam komunikasi Islam kontemporer, yang tidak sekadar merupakan perpindahan medium dari ranah luring *(offline*) ke ranah daring (*online*), melainkan juga mencakup pergeseran cara produksi, distribusi, dan konsumsi pesan dakwah di tengah masyarakat Muslim Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi kemaslahatan kelompok dan institusi berikut:

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana refleksi kritis bagi *followers* Tiktok @raimlaode94 dalam mengonsumsi konten dakwah di media sosial. Dengan memahami berbagai posisi resepsi, *followers* diharapkan tidak hanya menjadi audiens pasif yang terbawa arus tren algoritma, tetapi menjadi audiens yang literat (*media literacy*) dan mampu menyeimbangkan antara apresiasi terhadap seni musik dengan penjagaan terhadap nilai-nilai teologis Islam yang substantif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

b. Bagi para akademisi, peneliti, dan mahasiswa di bidang komunikasi dan penyiaran Islam, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi metodologis dalam pelaksanaan studi resepsi audiens berbasis komentar digital, sekaligus membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang mengkaji fenomena dakwah digital pada platform-platform media sosial lainnya.
c. Bagi para kreator konten musik religi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana pesan yang terkandung dalam karya musik dimaknai secara beragam oleh audiens berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman spiritual masing-masing, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam proses kreatif penciptaan karya yang berdimensi dakwah.
d. Bagi lembaga-lembaga keislaman dan organisasi kemasyarakatan berbasis Islam, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam perumusan kebijakan terkait pemanfaatan platform digital sebagai sarana dakwah yang efektif, inklusif, dan mampu menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas, khususnya kelompok yang tidak terjangkau oleh format dakwah konvensional.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam bagian ini, peneliti mendeskripsikan kerangka teoretis dan konsep-konsep kunci yang digunakan sebagai "pisau bedah" untuk menganalisis resepsi *followers* terhadap lagu "Iqro" di TikTok.

1.5.1. Landasan Teoritis

Menurut Meenakshi Gigi Durham (2006), analisis resepsi merupakan studi yang berfokus pada bagaimana makna diproduksi dan dialami oleh khalayak saat berinteraksi dengan teks media. Dalam pandangan ini, khalayak memainkan peran aktif sebagai pembuat makna, bukan sekadar penerima informasi yang pasif (Durham & Kellner, 2006).

Premis utama dari analisis resepsi berakar pada model *encoding-decoding* yang dirumuskan oleh Stuart Hall. Hall menyatakan bahwa sebuah peristiwa dapat diterjemahkan ke dalam pesan melalui lebih dari satu cara, sehingga pesan tersebut selalu mengandung potensi pembacaan yang jamak (*polysemic*). Meskipun sebuah pesan memiliki tujuan dan arahan pembacaan tertentu yang diinginkan oleh produser, hal tersebut tidak menutup kemungkinan munculnya berbagai varian interpretasi dari audiens.

Stuart Hall (2010) merupakan salah satu tokoh kunci yang mengembangkan teori resepsi dalam lingkup studi media dan komunikasi. Pendekatan ini menekankan adanya ruang bagi audiens untuk melakukan "negosiasi" dan "oposisi" terhadap teks media. Sebuah karya kreatif baik itu lagu, film, maupun konten digital tidak diterima mentah-mentah oleh penonton. Sebaliknya, audiens menafsirkan makna teks berdasarkan latar

belakang budaya individu, identitas sosial, dan pengalaman hidup mereka. Dengan demikian, makna tidak melekat secara statis pada teks itu sendiri, melainkan tercipta melalui dialektika antara teks dan pembaca (Hall, 1980).

Analisis resepsi melihat audiens dan konteks komunikasi massa sebagai entitas sosial yang spesifik dan menjadi objek analisis empiris. Klaus Bruhn Jensen (2009) menyebutkan bahwa pendekatan ini melahirkan konsep produksi sosial terhadap makna (*the social production of meaning*). Melalui metode ini, peneliti dapat mengkaji secara mendalam bagaimana wacana media diasimilasikan dengan berbagai praktik kultural audiensnya.

Pemanfaatan teori analisis resepsi menempatkan khalayak sebagai agen kultural (*cultural agent*) yang memiliki kedaulatan untuk memproduksi makna dari wacana yang ditawarkan media. Karena makna bersifat terbuka (*polysemic*), audiens dapat merespons pesan secara berbeda-beda (Fiske, 2007). Dalam model *encoding-decoding*, Stuart Hall menjelaskan bahwa proses produksi dan pemaknaan pesan dibentuk oleh tiga elemen utama, yaitu:

1. *Framework of knowledge* (Kerangka Pengetahuan): mengacu pada pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh *encoder* (pembuat pesan) dan *decoder* (penerima pesan). Hall menjelaskan elemen ini mencakup *knowledge-in-use* mengenai rutinitas produksi, keterampilan teknis yang terbentuk secara historis, ideologi profesional, pengetahuan institusional, serta definisi dan asumsi-

asumsi (termasuk asumsi tentang audiens) yang membingkai bagaimana sebuah pesan dikonstruksi maupun dimaknai (Hall, 1980: 510).

2. *Relations of production* (Relasi Produksi): berkaitan dengan hubungan-hubungan sosial dan organisasional di dalam apparatus produksi media, yaitu cara praktik-praktik kerja diorganisasikan dan dikombinasikan di dalam institusi media tempat pesan diproduksi (Hall, 1980: 509). Relasi ini turut beririsan dengan konteks sosial-budaya yang lebih luas yang memengaruhi posisi *encoder* maupun *decoder* dalam proses komunikasi.
3. *Tehnical infrastructure* (Infrastruktur Teknis): berkaitan dengan sarana dan perangkat teknis-material yang digunakan dalam proses *encoding* maupun *decoding*, seperti jaringan produksi, peralatan, dan organisasi teknis penyiaran yang dibutuhkan institusi media untuk menghasilkan sekaligus mendistribusikan sebuah program (Hall, 1980: 509–510).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Ketiga elemen tersebut memengaruhi cara audiens memahami, menafsirkan, dan memaknai suatu pesan media dalam proses *decoding*. Melalui interaksi antara *framework of knowledge, relations of production*, dan *technical infrastructure*, audiens melakukan proses *decoding* terhadap pesan media. Hasil dari proses *decoding* tersebut dapat menghasilkan beragam bentuk pemaknaan. Stuart Hall mengelompokkan hasil pemaknaan

audiens ke dalam tiga posisi resepsi, yaitu *dominant-hegemonic reading, negotiated reading, dan oppositional reading*.

1. Dominan (*Hegemonic Reading*): Audiens berada sejalan dengan kode-kode pesan yang disampaikan (termasuk nilai, sikap, dan asumsi di dalamnya). Mereka menerima secara penuh makna yang disodorkan dan dikehendaki oleh pembuat pesan.
2. Negosiasi (*Negotiated Reading*): Audiens secara garis besar menerima makna yang disampaikan oleh pembuat pesan, namun dalam batas tertentu mereka memodifikasi pesan tersebut agar mencerminkan posisi, latar belakang, dan minat pribadi mereka.
3. Oposisi (*Oppositional/Counter-Hegemonic Reading*): Audiens tidak sejalan dengan kode pesan dan menolak pembacaan yang disodorkan. Mereka justru menggunakan kerangka berpikir alternatif untuk menginterpretasikan pesan tersebut secara kritis (Ibad, 2025).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Secara historis, penerimaan ini berakar dari karya Hans-Robert Jauss pada akhir 1960 dalam studi sastra yang menekankan tanggapan pembaca. Teori ini kemudian berkembang pesat pada dekade 1970 dan 1980, hingga akhirnya diaplikasikan secara luas dalam studi sosiologi komunikasi dan historiografi untuk melihat bagaimana sejarah dan pesan diterima oleh masyarakat dari waktu ke waktu. *"A literary work is not an object that stands by itself."* (Jauss, 1982, hal. 23), kutipan tersebut menunjukkan bahwa sebuah karya tidak dapat dipahami secara terpisah dari pembacanya.

Dalam konteks penelitian ini, makna lagu "Iqro" terbentuk melalui interaksi antara teks lagu dan pengalaman followers TikTok yang mendengarkannya. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat dipahami bahwa resepsi khalayak terhadap pesan dakwah dalam media digital merupakan proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman, tingkat religiusitas, serta latar belakang sosial audiens.

1.5.2. Kerangka konseptual

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena berkembangnya penggunaan *platform* media sosial sebagai ruang ekspresi keberagamaan dan penyebaran pesan-pesan keislaman di era digital. Di antara berbagai *platform* yang ada, TikTok telah menjelma menjadi media sosial paling dominan di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bertajuk *Survei Profil Internet Indonesia 2025*, sebanyak 35,17 persen pengguna internet di Indonesia mengakses TikTok, melampaui *platform-platform* lain seperti YouTube (23,76%) dan Instagram (15,94%) (Fairuz & Pertiwi, 2025). Dominasi ini membuka peluang strategis bagi penyebaran pesan dakwah kepada audiens yang lebih luas dan beragam.

Dalam konteks ini, lagu *"Iqro"* karya Raim Laode hadir sebagai fenomena yang menarik untuk dikaji. Dirilis pada awal Februari 2026 menyambut Ramadhan, lagu ini tidak hanya mengemas ajakan membaca Al-Qur'an dalam balutan estetika *pop-folk*, tetapi juga berfungsi sebagai

medium refleksi spiritual dan dakwah digital yang menjangkau jutaan pengguna TikTok (Hamdani, 2026). Akun TikTok @raimlaode94 yang mengunggah lagu ini telah meraih lebih dari 3 juta *followers* dan 99,2 juta *likes*, menjadikannya ruang pertemuan antara karya seni religi dan audiens digitalnya. Interaksi yang terbentuk di kolom komentar akun tersebut memperlihatkan bahwa pengguna TikTok tidak bersikap pasif, melainkan aktif memberikan respons, interpretasi, dan konteks baru terhadap pesan keagamaan yang terkandung dalam lagu tersebut (Marzuki et al., 2026).

Untuk memahami bagaimana audiens memaknai pesan dakwah dalam lagu tersebut, penelitian ini menggunakan teori resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall, khususnya model *encoding-decoding*. Model ini berangkat dari premis bahwa proses komunikasi massa bersifat *non-linier*: makna yang disandi (*encoded*) oleh produsen pesan tidak serta-merta diterima secara identik oleh audiens. Sebaliknya, makna pesan tidak diterima secara tunggal oleh audiens, melainkan dapat ditafsirkan secara beragam sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, serta konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi penerimanya (Hall, 1980).

Dalam konteks penelitian ini, Raim Laode diposisikan sebagai produsen pesan (*encoder*) yang secara sadar mengkonstruksi pesan dakwah tentang tauhid, kerendahan diri di hadapan Tuhan, dan ajakan membaca Al-Qur'an ke dalam format lagu *pop-folk* yang kemudian didistribusikan melalui akun TikTok @raimlaode94. *Platform* TikTok dalam hal ini berfungsi bukan sekadar sebagai media distribusi, melainkan juga sebagai

ruang interaksi digital yang memungkinkan terjadinya dialog antara karya dan khalayaknya (Syamsuddin, 2016). *Followers* akun @raimlaode94 selanjutnya berperan sebagai audiens yang mendekode teks dakwah tersebut berdasarkan kode-kode yang dimilikinya masing-masing. Proses *decoding* ini, menurut Hall, dipengaruhi oleh tiga elemen utama meliputi *frameworks of knowledge,relations of production and technical infrastructure*.

Pertama, *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), yakni keseluruhan pengetahuan yang dimiliki *decoder*, mencakup latar belakang kognitif, pengalaman keagamaan, ideologi personal, serta literasi media yang membingkai cara *followers* menginterpretasikan pesan dakwah (Hall, 1980: 510).

Latar belakang kognitif merupakan kapasitas intelektual dan skema berpikir yang telah terbentuk melalui proses pendidikan, pengalaman hidup, dan paparan informasi sebelumnya. Skema kognitif ini berfungsi sebagai filter yang menentukan bagaimana seseorang memproses, mengorganisasi, dan memaknai pesan baru yang diterimanya (Neisser, 1976). Dalam konteks penerimaan lagu "Iqro," *followers* dengan latar pendidikan agama yang kuat cenderung memaknai lirik-liriknya dalam kerangka teologis yang lebih mendalam, sementara mereka yang berlatar belakang pendidikan umum mungkin menerimanya lebih sebagai ungkapan spiritual yang bersifat emotif dan inspiratif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pengalaman keagamaan merujuk pada keseluruhan perjalanan spiritual audiens yang mencakup praktik ibadah, intensitas hubungan dengan Al-Qur'an, keterlibatan dalam komunitas keagamaan, serta penghayatan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman ini membentuk resonansi personal yang berbeda-beda: seorang yang memiliki pengalaman mendalam dengan Al-Qur'an akan memaknai ajakan "Iqro" sebagai pengingat yang menyentuh lapisan kesadaran spiritual terdalam, sementara mereka yang baru dalam perjalanan keislaman mungkin menerimanya sebagai motivasi awal untuk mendekatkan diri pada kitab suci (Pargament, 1997).

Ideologi personal mencerminkan sistem nilai, keyakinan, dan pandangan dunia yang dianut audiens, yang secara sadar maupun tidak sadar membentuk posisi penafsiran mereka terhadap pesan dakwah. Hall (1980) menegaskan bahwa ideologi tidak bekerja dalam ruang hampa, melainkan selalu beroperasi dalam konteks relasi kuasa dan konstruksi sosial. *Followers* yang berorientasi pada Islam progresif, misalnya, mungkin memaknai lagu "Iqro" sebagai ajakan untuk berpikir kritis dan reflektif, sementara mereka yang berorientasi pada Islam konservatif cenderung memaknainya sebagai seruan untuk kembali kepada kemurnian ajaran tekstual Al-Qur'an.

Literasi media, sebagai elemen terakhir dalam kerangka pengetahuan, merujuk pada kemampuan audiens dalam membaca, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi pesan-pesan media secara

kritis (Potter, 2004). Dalam ekosistem TikTok, literasi media mencakup pemahaman tentang bagaimana konten dikonstruksi, bagaimana algoritma bekerja, serta bagaimana format pendek video mempengaruhi cara pesan diterima. *Followers* dengan tingkat literasi media yang tinggi cenderung lebih sadar terhadap dimensi konstruktif dari lagu "Iqro" sebagai produk budaya pop-religius, sementara mereka dengan literasi media yang lebih rendah mungkin menerimanya secara lebih spontan dan emosional tanpa melalui proses refleksi kritis terhadap medium yang membawanya.

Kedua, *relations of production* (relasi produksi), yang merujuk pada hubungan-hubungan sosial dan posisi kultural audiens dalam ekosistem digital, termasuk cara mereka berinteraksi dengan konten di platform TikTok dalam konteks sosial yang lebih luas (Hall, 1980: 509). Relasi produksi dalam kerangka Hall tidak semata-mata merujuk pada proses produksi pesan secara teknis, melainkan juga pada posisi sosial audiens termasuk kelas sosial, afiliasi komunitas, dan jaringan relasi yang menentukan bagaimana mereka memposisikan diri dalam hubungannya dengan konten yang dikonsumsi. Di TikTok, relasi ini termanifestasi dalam praktik-praktik seperti berbagi (*share*), menandai teman (*tagging*), berduet (duet), dan merespons komentar satu sama lain, yang semuanya mencerminkan posisi sosial dan kultural masing-masing audiens. *Followers* yang tergabung dalam komunitas pengajian online, misalnya, cenderung menginterpretasikan dan mendistribusikan pesan dakwah dalam "Iqro" dengan cara yang berbeda dibandingkan dengan mereka yang

menemukannya secara acak melalui algoritma *FYP* tanpa latar keterlibatan komunitas keagamaan tertentu. Dengan demikian, proses *decoding* tidak pernah terjadi dalam isolasi individual, melainkan selalu dipengaruhi oleh posisi audiens dalam jaringan sosial dan relasi kultural yang melingkupinya (Morley, 1980).

Ketiga, *technical infrastructure* (infrastruktur teknis), yaitu sarana dan perangkat teknis-material yang digunakan dalam proses decoding, seperti fitur kolom komentar, algoritma *For You Page* (FYP), dan mekanisme distribusi konten TikTok yang turut membentuk pengalaman penerimaan audiens (Hall, 1980: 509–510). Infrastruktur teknis TikTok bukan sekadar "wadah" netral yang menyalurkan pesan, melainkan sebuah arsitektur yang secara aktif membentuk kondisi penerimaan konten. Algoritma FYP, misalnya, bekerja dengan menganalisis pola interaksi pengguna durasi menonton, *likes*, komentar, dan *share* untuk kemudian mendistribusikan konten secara selektif kepada audiens yang dianggap paling relevan (Montag et al., 2021). Hal ini berarti bahwa lagu "Iqro" tidak menjangkau semua pengguna TikTok secara merata, melainkan diprioritaskan kepada mereka yang sebelumnya telah menunjukkan minat terhadap konten keagamaan atau musik religi, sehingga audiens yang menerimanya sudah memiliki kecenderungan tertentu sebelum proses decoding dimulai. Fitur kolom komentar, di sisi lain, menghadirkan ruang interaksi publik yang memungkinkan terjadinya dialog antarteks di mana satu komentar dapat mempengaruhi cara pengguna lain memaknai konten

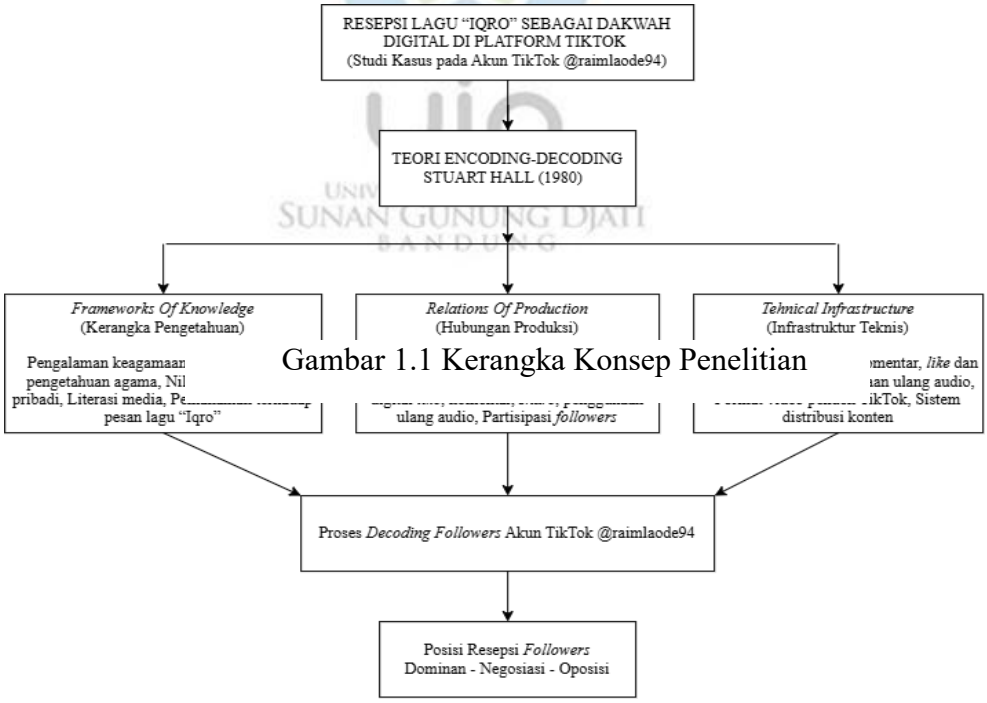
yang sama sehingga proses pemaknaan menjadi bersifat kolektif dan sosial, bukan semata-mata individual (van Dijck, 2013). Infrastruktur teknis ini dengan demikian tidak hanya memfasilitasi, tetapi juga turut mendisiplinkan dan membingkai pengalaman penerimaan audiens terhadap pesanHnggahan lagu *"Iqro,"* menjadikan kolom komentar TikTok sebagai arena observasi yang kaya sekaligus sumber data primer yang otentik dalam penelitian ini.

Sumber: Data Penelitian 2026.

1.6 Langkah – Langkah Penelitian

1.6.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini ditetapkan secara purposif pada akun TikTok



Gambar 1.1 Kerangka Konsep Penelitian

@raimlaode94, dengan memusatkan perhatian pada konten lagu "Iqro" yang diunggah di *platform* TikTok. Pemilihan objek ini dilandasi oleh

pertimbangan purposif (*purposive consideration*) sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019), bahwa penentuan lokasi penelitian kualitatif harus didasarkan pada relevansi fenomena yang dikaji, bukan semata-mata pada keterwakilan geografis.

Akun @raimlaode94 dipilih karena merepresentasikan satu kesatuan studi kasus yang bersifat holistik sebuah ruang digital di mana karya seni religi bersinggungan langsung dengan khalayak yang aktif dan heterogen. Para pengikut akun tersebut pada umumnya dapat dikategorikan sebagai digital *natives* yang tidak hanya terbiasa mengonsumsi konten digital secara intensif, tetapi juga memiliki keterikatan kultural pada nilai-nilai tradisi keislaman. Pertemuan antara dua kecenderungan inilah yang menciptakan dinamika resepsi yang kaya sekaligus kompleks, sehingga menjadikan lokasi ini ideal sebagai arena pengamatan mendalam (*in-depth observation*) guna memperoleh data yang autentik dan kontekstual sesuai dengan fokus kajian penelitian ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berpijak pada paradigma konstruktivisme. Menurut Sugiyono, paradigma konstruktivisme memandang bahwa kenyataan merupakan hasil konstruksi mental dari individu atau kelompok yang mengalaminya, sehingga kebenaran bersifat relatif dan bergantung pada konteks sosiokultural subjek penelitian (Sugiyono, 2019, hlm.8). Paradigma ini menegaskan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif

dan tunggal, melainkan terbentuk melalui proses interpretasi yang bersifat subjektif dan intersubjektif.

Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivisme menjadi landasan ontologis yang tepat karena makna yang terkandung dalam lagu "Iqro" tidak bersifat tunggal dan statis. Makna tersebut dikonstruksi secara berbeda-beda oleh setiap *followers*, bergantung pada latar belakang pendidikan keagamaan, intensitas penggunaan media sosial, serta pemahaman teologis yang dimiliki. Lulusan pesantren mungkin akan mengonstruksi lagu tersebut sebagai medium dakwah yang sakral, sementara pengguna TikTok dengan latar belakang sekolah umum boleh jadi memaknainya sebagai produk budaya populer yang bernuansa religi. Penelitian ini memposisikan diri untuk menggali kedalaman makna yang dikonstruksi oleh para informan tanpa melakukan penilaian benar atau salah secara sepihak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Sebagaimana ditegaskan oleh Creswell dan Poth, dalam penelitian dengan paradigma konstruktivisme, peneliti berperan sebagai instrumen kunci (*human instrument*) yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis, serta menafsirkan temuan secara holistic (Creswell & Poth, 2018, hlm. 7).

Sejalan dengan paradigma konstruktivisme, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell dan Poth (2018),

mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam dalam konteks alaminya (*natural setting*). Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan berikut:

a. Berorientasi pada Proses: Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses bagaimana makna "Iqro" mengalir dari teks media ke dalam kognisi audiens melalui proses *decoding*, bukan sekadar mengukur kuantitas respons pendengar.
b. Konteks Alami (*Natural Setting*): Data dikumpulkan dari kondisi interaksi alami antara *followers* dengan konten akun TikTok *@raimlaode94*, sehingga fenomena yang terjadi dapat diamati sebagaimana adanya tanpa rekayasa situasional.
c. Peneliti sebagai Instrumen Kunci: Peneliti terjun langsung untuk mengamati dan mewawancarai informan guna menangkap nuansa emosional dan intelektual yang tidak dapat direpresentasikan oleh angka statistik.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi *(reception analysis)*. Pemilihan metode ini didasarkan pada orientasi penelitian yang tidak sekadar ingin membedah isi pesan, melainkan

mengungkap bagaimana audiens dalam hal ini *followers* akun TikTok @raimlaode94 secara aktif menginterpretasikan dan memberikan makna terhadap teks media, khususnya lagu "Iqro".

Berbeda dengan analisis isi *(content analysis)* yang cenderung bersifat statis dan terpusat pada teks *(text-centered)*, analisis resepsi menitik beratkan pada dialektika antara teks dan audiens dalam konteks sosiokultural tertentu. Klaus Bruhn Jensen mendefinisikan analisis resepsi sebagai perpaduan antara analisis tekstual dan studi khalayak yang bersifat empiris. Sementara itu, Ien Ang menegaskan bahwa khalayak bukanlah entitas yang seragam, melainkan kelompok yang memiliki otonomi dalam menentukan makna berdasarkan pengalaman hidup masing-masing (Jensen, 2012).

Penggunaan metode analisis resepsi dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan berikut:

a. Berorientasi pada Khalayak (Audience-Centered): Metode ini memungkinkan peneliti untuk memosisikan *followers* akun @raimlaode94 bukan sebagai objek pasif yang sekadar terpapar lagu, melainkan sebagai subjek aktif yang memiliki kuasa untuk menerima, menegosiasikan, atau menolak pesan dakwah yang terkandung dalam lagu tersebut.
b. Mengungkap Polisemik Teks: Lagu "Iqro" yang menggabungkan teks suci Al-Qur'an dengan kemasan musik *pop-folk* memiliki sifat

polisemik, yaitu mengandung potensi pemaknaan yang beragam. Analisis resepsi digunakan untuk membedah bagaimana *followers* dengan berbagai latar belakang literasi keagamaan mengelola ambiguitas makna tersebut.

c. Relevansi Konteks Sosial: Sebagaimana dikemukakan oleh McQuail, resepsi audiens terhadap pesan media sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan kelompok rujukan. Dalam hal ini, ekosistem digital *platform* TikTok dan komunitas pengikut akun @raimlaode94 menjadi konteks sosiokultural yang membentuk kerangka interpretasi khalayak.

Melalui metode ini, peneliti dapat mengklasifikasikan temuan lapangan ke dalam tiga posisi pembacaan Stuart Hall (dominan, negosiasi, dan oposisi) sehingga tujuan penelitian untuk memetakan konstruksi makna dakwah digital pada generasi muda dapat tercapai secara komprehensif (Hall, 1980).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Dalam penyusunan landasan teoritis, penelitian terdahulu, dan identifikasi *research gap* pada Bab II, penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) sebagai teknik penelusuran dan sintesis literatur. Pendekatan ini dilakukan melalui proses identifikasi, seleksi, dan evaluasi artikel ilmiah yang relevan menggunakan kata kunci "*Reception Theory*", "*Encoding-Decoding* Stuart Hall", "dakwah digital", "TikTok", dan "pesan dakwah". Artikel yang digunakan dibatasi pada rentang publikasi tahun 2021–2026 serta

berasal dari jurnal nasional terakreditasi dan jurnal internasional yang relevan. Hasil sintesis literatur tersebut digunakan untuk memperkuat kajian teoritis serta menentukan posisi akademik penelitian ini.

Selain analisis resepsi sebagai metode utama, penelitian ini juga menerapkan desain studi kasus guna membatasi ruang lingkup kajian agar lebih terarah dan mendalam. Yin menyatakan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian yang digunakan ketika peneliti ingin menyelidiki suatu fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak begitu jelas.

Desain studi kasus dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan melakukan generalisasi terhadap seluruh pengguna TikTok, melainkan mengkaji secara intensif fenomena resepsi dalam konteks yang spesifik, yakni *followers* akun @raimlaode94 dalam memaknai lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, narasi, skema, dan gambar, bukan angka-angka statistik. Data dalam penelitian ini diwujudkan dalam tiga bentuk berikut:

a. Data Verbal: Hasil transkrip wawancara mendalam mengenai cara *followers* memaknai lagu "Iqro" sebagai media dakwah digital.
b. Data Deskriptif: Catatan hasil observasi mengenai perilaku dan respons *followers* saat berinteraksi dengan konten dakwah di platform TikTok, termasuk ekspresi dalam kolom komentar.
c. Data Interpretatif: Hasil pemaknaan peneliti terhadap posisi resepsi informan (dominan, negosiasi, atau oposisi) berdasarkan teori *encoding-decoding* Stuart Hall.

2. Sumber Data

Mengacu pada pendapat Lofland dalam (Moleong,2017), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua kategori:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari:

1) Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian disebut sebagai informan. Informan adalah individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah *followers* akun

TikTok *@raimlaode94* yang secara nyata terpapar konten lagu "Iqro" dan aktif memberikan respons di platform tersebut.

2) Data primer diperoleh melalui teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi nonpartisipan berbasis digital (netnografi).

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data pendukung yang melengkapi data primer, diperoleh dari sumber-sumber yang telah tersedia. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder mencakup:

1) Referensi akademik berupa jurnal ilmiah dan buku yang relevan untuk memperkuat analisis dan komparasi temuan.
2) Unggahan asli lagu "Iqro" di akun TikTok *@raimlaode94*, kolom komentar pengguna, serta video-video *User Generated Content* (UGC) yang menggunakan *sound* lagu tersebut.
3) Literatur Terkait: Buku-buku dan jurnal mengenai teori resepsi Stuart Hall, metodologi penelitian kualitatif, serta kajian komunikasi dakwah yang menunjang analisis.

1.6.5 Informan dan Unit Analisis

1. Informan

Informan Kunci : *Followers* akun TikTok *@raimlaode94* yang memenuhi kriteria: (a) aktif menggunakan aplikasi TikTok, (b) pernah menonton atau terpapar konten lagu "Iqro" di *For Your Page* (FYP), dan

(c) bersedia memberikan informasi secara mendalam mengenai persepsi dan pemaknaan mereka.

2. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah proses pemaknaan (*decoding*) *followers* terhadap elemen-elemen pesan dakwah yang terkandung dalam lagu "Iqro". Unit analisis ini mencakup bagaimana informan menafsirkan lirik, aransemen musik, serta konteks visual video TikTok sehingga melahirkan posisi resepsi tertentu (dominan, negosiasi, maupun oposisi) berdasarkan kerangka teori Stuart Hall.

3. Tenknik Penentuan Informan

Penentuan informan dilakukan secara tidak acak (*non-probability sampling*):

Purposive Sampling (Sampel Bertujuan): Menurut Sugiyono, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu yang didasarkan pada ciri-ciri atau kriteria yang dipandang memiliki hubungan erat dengan kriteria populasi yang telah diketahui sebelumnya. Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi: (1) merupakan *followers* aktif akun TikTok *@raimlaode94*; (2) pernah menonton, berkomentar, atau terpapar konten lagu "Iqro"; (3) memiliki pemahaman dan literasi keagamaan yang memadai untuk memaknai pesan dakwah dalam lagu "Iqro", baik yang diperoleh melalui pendidikan agama formal (seperti pesantren atau madrasah) maupun secara

nonformal, misalnya melalui lingkungan keluarga, kajian atau majelis taklim, maupun kebiasaan mengonsumsi konten-konten dakwah di media sosial, sehingga informan tetap memiliki kerangka referensi keagamaan yang cukup untuk melakukan filter teologis atas pesan dakwah yang diterima.

Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019), dalam penelitian kualitatif, ukuran sampel tidak didasarkan pada representasi statistik, melainkan pada kecukupan informasi. Pengambilan sampel dihentikan apabila telah terjadi redundansi data atau telah mencapai titik jenuh, di mana penambahan informan tidak lagi menghasilkan temuan baru yang signifikan bagi proses pemaknaan lagu "Iqro".

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dan mendalam mengenai resepsi *followers* terhadap lagu "Iqro", peneliti menggunakan teknik Triangulasi Teknik. Menurut Sugiyono (2019), pengumpulan data dengan triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

Tujuan utama dari penggunaan teknik ini bukan untuk mencari kebenaran tunggal, melainkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi Nonpartisipan Berbasis Digital (Netnografi)

Dalam teknik ini, peneliti tidak mendatangi lokasi fisik tertentu, melainkan melakukan observasi secara daring (*netnografi/virtual observation*) untuk mengamati jejak digital *followers* akun TikTok@raimlaode94 pada konten – konten lagu "Iqro", tanpa terlibat atau berinteraksi langsung dengan mereka (bersifat pasif). Menurut Kozinets (2010), *netnografi* merupakan adaptasi metode observasi partisipan/nonpartisipan yang digunakan untuk memahami interaksi sosial dalam komunitas dan budaya daring (*online community*), sehingga peneliti dapat mengamati perilaku digital secara alami tanpa memengaruhi subjek yang diteliti.

Fokus observasi diarahkan pada jejak interaksi digital yang benar-benar dapat diamati, yaitu jumlah dan pola *like*, isi dan nada komentar (termasuk penggunaan emoji dan tagar), serta aktivitas *share*/*repost* yang dilakukan *followers* terhadap lagu "Iqro" di *For Your Page* (FYP) *followers* maupun di postingan akun @raimlaode94, sebagai representasi ekspresi dan reaksi mereka terhadap pesan dakwah dalam lagu tersebut.

2. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan informasi yang tidak teramati melalui observasi, yakni mengenai pemaknaan batiniah. Peneliti menggunakan jenis wawancara semi-terstruktur agar informan dapat mengekspresikan pendapatnya secara bebas namun tetap dalam koridor fokus penelitian.

Menggali bagaimana *followers* melakukan *decoding* terhadap lirik dan melodi lagu "Iqro", serta alasan sosiologis di balik posisi resepsi mereka (Dominan, Negosiasi, atau Oposisi). Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2019), wawancara ini digunakan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana informan diminta pendapat dan ide-idenya.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Peneliti mengumpulkan data-data digital yang tersimpan di platform TikTok untuk memperkuat temuan lapangan.

Rekaman video lagu "Iqro", teks lirik, data statistik (jumlah *share*, *likes*, dan komentar), serta jenis-jenis video *User Generated Content* (UGC) yang menggunakan lagu tersebut sebagai latar suara. Data ini penting untuk melihat bagaimana teks media tersebut diproduksi dan didistribusikan sebelum akhirnya diterima oleh audiens.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk menguji validitas data, peneliti menggunakan Triangulasi Sumber dan Triangulasi Teknik. Menurut Sugiyono, triangulasi berarti mencek data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Peneliti akan membandingkan hasil wawancara satu informan

dengan informan lainnya, serta membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi digital untuk memastikan konsistensi data.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Peneliti menggunakan model analisis data dari Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

   Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan reduksi data terhadap hasil wawancara mendalam yang luas mengenai tanggapan *followers* terhadap lagu "Iqro".

   Peneliti memilah pernyataan-pernyataan informan yang berkaitan langsung dengan proses pemaknaan (*decoding*). Data yang tidak relevan, seperti pembicaraan di luar topik lagu "Iqro" atau penggunaan TikTok secara umum yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian, akan dibuang. Peneliti juga melakukan pemberian kode (*coding*) untuk mengelompokkan jawaban informan ke dalam kategori-kategori awal.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.

Peneliti menyajikan data dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis. Untuk memudahkan pemahaman dalam analisis resepsi, peneliti juga menyusun tabel kategori pemaknaan yang mengklasifikasikan informan ke dalam tiga posisi Stuart Hall, yaitu:

a. Posisi Dominan: Data yang menunjukkan persetujuan penuh terhadap pesan dakwah lagu.
b. Posisi Negosiasi: Data yang menunjukkan adanya tawar-menawar antara setuju dan kritis.
c. Posisi Oposisi: Data yang menunjukkan penolakan atau pembacaan kritis terhadap lagu sebagai media dakwah.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Peneliti merumuskan temuan akhir berdasarkan pola-pola yang muncul secara konsisten dari data yang telah disajikan. Peneliti

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

mencari hubungan antara latar belakang latar belakang pendidikan keagamaan informan dengan posisi resepsi yang mereka ambil terhadap lagu "Iqro". Verifikasi dilakukan dengan meninjau kembali catatan lapangan dan memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik memang didukung oleh data primer yang valid, tidak bias, dan telah dikonfirmasi melalui proses triangulasi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG