

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mentransformasi ruang sosial secara masif, termasuk dalam cara manusia memproduksi dan mengonsumsi pesan-pesan keagamaan. Internet bukan lagi sekedar menjadi medium transmisi data searah, melainkan telah bermutasi menjadi ekosistem budaya terbaru yang interaktif, partisipatif, dan dinamis (Nasrullah, 2017). Dalam konteks komunikasi, aktivitas dakwah dituntut untuk senantiasa adaptif terhadap perubahan zaman agar tidak kehilangan relevansinya di hadapan masyarakat (mad'u). Jika pada tahun jauh sebelumnya media meluas dakwah didominasi oleh komunikasi tatap muka di mimbar masjid, pengajian akbar, atau media penyiaran konvensional, seperti tv dan radio, kini lokus dakwah telah bergeser secara signifikan ke ruang siber melalui platform media sosial.

Media sosial menjelma menjadi instrumen dakwah masa kini yang sangat efektif, karena memiliki karakteristik konten yang dibuat oleh pengguna media. Karakteristik ini membuat audiens tidak lagi sekedar menjadi konsumen pesan yang pasif, melainkan agen aktif yang dapat merespon, membagikan, bahkan memproduksi ulang konten keagamaan tersebut (Kurnia & Astuti, 2021). Fenomena ini melahirkan generasi baru para da'i digital yang tidak hanya mengandalkan otoritas keagamaan tradisional, melainkan juga kecakapan literasi

digital, kreativitas visual, dan kemampuan membaca algoritma media sosial untuk menarik perhatian audiens yang beragam.

Diantara berbagai platform media sosial yang mendominasi, tiktok menunjukkan penetrasi dan pertumbuhan yang paling fenomenal. Sebagai platform berbagi video pendek, tiktok berhasil mengubah kultur konsumsi informasi masyarakat melalui format konten yang ringkas, padat, dan visual. Saat ini di indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan basis banyaknya pengguna aktif tiktok terbesar di dunia dengan jumlah yang terus bertambah sehingga mencapai 180 juta pengguna. Tingginya angka penetrasi ini berdampak langsung pada pergeseran pola pencarian informasi keagamaan, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung menyukai konten-konten spiritual berdurasi singkat yang praktis dan mudah di cerna oleh audiens.

Keunikan tiktok sebagai medium dakwah terletak pada fitur *For You Page* (FYP) yang digerakkan oleh algoritma berbasis preferensi perilaku pengguna, bukan dengan sekedar berbasis hubungan pertemanan atau akun yang diikuti Penonton. Hal ini dapat memungkinkan sebuah konten dakwah menjangkau pengguna secara lintas batas dan organik (Pratama & Jamil, 2023). Keterbatas pada durasi video tiktok memaksa para da'i digital untuk mereduksi materi-materi keagamaan yang kompleks menjadi pesan-pesan substansif yang dikemas secara menarik, kreatif, dan menghibur.

Salah satu figur da'i digital yang berhasil memanfaatkan ekosistem tiktok secara otomatis indonesia adalah Aang Magribi melalui akun resminya @anghajii. Aang magribi ini dikenal luar oleh para netizen karena mampu menghadirkan

konten-konten dakwah yang memadukan kedalaman pesan moral keagamaan dengan gaya penyampaian yang santai, dan sangat dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari anak muda. Diantara kontennya yang di buat oleh Aang Magribi ini mencakup bahasan Fiqih praktis, Refleksi Akhlak, hingga motivasi spiritual yang sering kali disampaikan dengan dialog atau gaya bahasa yang akrab di telinga netizen dengan menggunakan bahasa Sunda yang Khas. Pertumbuhan jumlah pengikut dan tingginya interaksi (*engagement rate*) pada akun @anghajii menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang diterapkannya mampu memenuhi kebutuhan ruang spiritual masyarakat digital.

Karakteristik TikTok yang serba cepat, visual, dan interaktif membuatnya tidak hanya menjadi media hiburan saja, melainkan menjadi ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai termasuk didalamnya berupa pesan keagamaan (Imam, 2024: 422). Namun dalam perspektif ilmu komunikasi, efektivitas sebuah pesan tidak hanya diukur dari bagaimana pesan tersebut dapat diproduksi dan didistribusikan, melainkan bagaimana pesan tersebut bisa dipersepsikan oleh khalayak. Persepsi merupakan proses internal yang kompleks dimana sebuah individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus sensori menjadi sebuah gambaran yang bermakna (Mulyana, 2019). Ruang digital tiktok yang digerakkan oleh algoritma interaktif secara langsung memicu terhadap terjadinya tahapan proses persepsi ini pada diri khalayak pada saat mengonsumsi konten dakwah.

Proses persepsi Penonton di ruang digital tiktok terjadi melalui tiga tahapan, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Pada tahap seleksi terjadi ketika Penonton

memutuskan untuk memberikan atensi pada stimulus tertentu dalam video pada akun @anghajii, baik karena faktor audio, visual, bahas, maupun topik yang relevan dengan kebutuhan mereka. Selanjutnya pada tahap organisasi ini Penonton akan mengelompokkan dan mengaitkan informasi keagamaan yang baru mereka terima dengan skema pemikiran, pengalaman pribadi, atau latar belakang pengetahuan keagamaan yang telah mereka miliki sebelumnya. Proses ini dikahiri dengan tahapan interpretasi yang dimana Penonton memberikan pemaknaan, penilaian, atau kesimpulan akhir terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Aang Magribi (Hidayat & Azizah, 2024).

Dalam ekosistem tiktok, ketiga tahapan proses persepsi tersebut tidak lagi bersifat abstrak didalam kognisi audiens, melainkan termanifestasi secara eksplisit dan real melalui kolom komentar. Kolom komentar pada akun @anghajii menjadi ruang publik virtual tempat Penonton mengekspresikan apa yang menarik perhatian mereka (seleksi), bagaimana mereka menghubungkannya dengan realitas kehidupan atau pengetahuan terdahulu (organisasi), dan apa kesimpulan dari mereka makna yang ditangkap (interpretasi) (Kurnia & Astuti, 2021). Dinamika respons yang variatif dimulai dari ungkapan terimakasih karena tercerahkan, pertanyaan lanjutan yang kritis, hingga adanya perdebatan antara netizen mencerminkan adanya perbedaan mendasar pada ketiga tahapan proses persepsi tersebut dikalangan Penonton yang beragam.

Meskipun kajian mengenai dakwah digital mulai marak dilakukan, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada platform yang konvensional seperti youtube dan instagram, atau cenderung hanya berfokus pada analisis ini dari sudut

pandang komunikator da'i semata. Penelitian yang secara spesifik membedah sisi komunikasi melalui analisis tahapan persepsi yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi berbasis komentar pada platform dengan karakteristik algoritma unik seperti tiktok masih relatif terbatas.

Berdasarkan urgensi akademis dan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian mendalam yang dituangkan dalam skripsi saya yang berjudul “Persepsi Audiens Terhadap Konten Dakwah Aang Magribi Dalam Kolom Komentar Akun Tiktok @Anghajii”. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai cara audiens digital memilih, mengatur, dan menginterpretasikan pesan religius di zaman media baru.

1.2 Fokus Penelitian

Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses Penonton memilih dan memberikan perhatian terhadap stimuli pada konten dakwah Aang Magribi di kolom komentar akun tiktok @anghajii?
2. Bagaimana proses Penonton mengorganisasikan atau mengelompokkan pesan dakwah pada konten dakwah Aang Magribi di kolom komentar akun tiktok @anghajii?
3. Bagaimana proses Penonton memberikan arti, penilaian dan kesimpulan terhadap pesan dakwah pada konten dakwah Aang Magribi di kolom komentar akun tiktok @anghajii?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses Penonton memilih dan memberikan perhatian terhadap stimuli pada konten dakwah Aang Magribi di kolom komentar akun tiktok @anghajii
2. Untuk mengetahui proses Penonton mengorganisasikan atau mengelompokkan pesan dakwah pada konten dakwah Aang Magribi di kolom komentar akun tiktok @anghajii
3. Untuk mengetahui proses Penonton dalam memberikan arti, penilaian dan kesimpulan terhadap pesan dakwah pada konten dakwah Aang Magribi di kolom komentar akun tiktok @anghajii

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara umum, kegunaan penelitian ini memiliki dua manfaat bagi pihak utama, baik dari sisi teoritis maupun praktis, kegunaan tersebut diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat secara Akademis

Diharapkan penelitian ini akan membantu perkembangan ilmu komunikasi dan memberi da'i muda perspektif baru di era teknologi, khususnya mengenai teori persepsi dalam konteks dakwah digital dan juga menjadi referensi atau rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tentang persepsi pada platfrom media seperti tiktok.

1.4.2 Manfaat secara Praktis

Penelitian ini berharap memberikan manfaat sebagai salah satu bahan evaluasi dan strategi bagi para da'i digital yang berkecimpung dalam dunia digital lainnya dalam menyusun dan mengemas konten-konten dakwah yang lebih efektif dan jelas. Serta bagi pengguna tiktok khususnya Penonton Aang Maghribi. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital supaya lebih bijak, santun, dan kritis dalam merespon konten-konten keagamaan di kolom komentar media sosial.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Kehidupan seseorang akan selalu terhubung dengan lingkungan di sekitarnya, baik dalam aspek fisik maupun sosial. Sejak lahir, seseorang memiliki interaksi langsung dengan dunia di sekitarnya. Pada saat itu pula individu secara langsung menerima stimulus dari luar dirinya dan ini berkaitan dengan persepsi.

Menurut (Desiderato, 1976:129) yang di kutip oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi bahwa Persepsi merupakan pengalaman terhadap objek, kejadian, atau hubungan-hubungan yang dihasilkan dari penarikan kesimpulan informasi dan interpretasi pesan. Persepsi merupakan proses di mana kita memberikan arti pada rangsangan yang diterima oleh indra. Keterkaitan antara sensasi dan persepsi sangat jelas, di mana sensasi menjadi komponen dari persepsi. Namun, memahami makna dari informasi indrawi tidak

hanya bergantung pada sensasi, tetapi juga memerlukan perhatian, harapan, motivasi, serta pengalaman yang tersimpan dalam memori.

Persepsi merupakan suatu mekanisme yang dimulai dengan penginderaan, di mana seseorang menerima input melalui pancainderanya yang dapat disebut sebagai proses sensori. Namun, proses ini tidak hanya berakhir di sini, karena stimulasi tersebut berlanjut, dan tahapan berikutnya adalah proses persepsi. Persepsi tidak bisa dipisahkan dari penginderaan, sedangkan penginderaan merupakan langkah awal dalam persepsi. Proses penginderaan akan terus berlangsung tanpa henti saat individu mendapatkan stimulus melalui alat indra, yakni melalui mata sebagai penglihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk bernapas, lidah untuk merasakan, dan kulit untuk meraba. Semua alat ini adalah indra yang berfungsi untuk menyerap stimulus dari lingkungan luar individu. Alat indra berfungsi sebagai konektor antara individu dan dunia di sekitarnya. (bimo walgito, 2003).

Proses pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi informasi dikenal sebagai persepsi. Selama proses ini, informasi disusun ke dalam struktur dan pola tertentu dan kemudian ditafsirkan berdasarkan pengalaman sebelumnya. (Alo Loloweri, 2022)

Penelitian ini menggunakan teori Persepsi dari Alo Liliweri (2022). Proses persepsi ini terdiri dari tiga tahapan yang saling melengkapi satu sama lain. Pertama adalah seleksi, yaitu setiap orang menerima informasi melalui lima indra dengan pandangan yang berbeda. Manusia memilih untuk memberikan perhatian pada

rangsangan atau situasi tertentu. Kedua adalah pengorganisasian, yaitu dimana kita mengurutkan dan mengkategorikan informasi yang kita anggap perlu berdasarkan pola kognitif yang terlahir dan yang di pelajari. Ketiga interpretasi, yaitu secara sadar dan sengaja dimana individu akan memberikan makna atau penilaian terhadap stimulus yang telah di organisasikan. Melalui kacamata teori ini bahwa kolom komentar tiktok tidak hanya dilihat sebagai teks digital saja, melainkan juga sebagai representasi *real* dari tahapan berpikir audiens dalam mencerna dakwah digital.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini di bangun untuk memetakan alur berpikir dalam membedah proses terbentuknya persepsi Penonton berdasarkan jejak digital yang telah di lakukan oleh objek. Penelitian ini mengkaji fenomena komunikasi dakwah kontemporer dengan sasaran akun tiktok Aang Magribi (@anghajii) sebagai sumber stimulus komunikasi.

Sebagai salah satu aspek psikologi yang mengarahkan individu, persepsi dapat dimaknai sebagai proses pengenalan dan penerimaan stimulus melalui panca indera. Melalui mekanisme ini seseorang tidak hanya menyerap informasi dari luar, melainkan juga mengolah dan memberikan arti pada rangsangan tersebut.

Saat ini media sosial khususnya tiktok kian populer digunakan generasi muda untuk menyebarkan pesan-pesan agama. Dengan demikian kehadiran teknologi ini telah menggeser cara dakwah lama menjadi ke arah yang lebih praktis. Tiktok terbukti sangat efektif untuk merangkul audiens milenial dan generasi Z yang menyukai format video berdurasi pendek, menarik secara visual, serta komunikatif.

Melalui tren ini kita dapat melihat bagaimana platform digital mampu menciptakan berbagai gaya komunikasi keagamaan yang lebih kreatif, dan relevan dengan generasi masa kini.

Peneliti melihat terdapat salah satu akun yang menjadi objek yang menarik untuk diteliti, yaitu pada akun @anghajii dengan nama asli Aang Magribi atau terkenal dengan Haji Dengdek. Aang Magribi ini salah satu konten kreator yang dimana dalam konten-kontennya menyampaikan pesan dakwah agama dengan perilaku nya yang unik dan menggunakan bahasa sunda yang khas. Melalui pendekatan yang santai dan kontekstual, akun ini sukses menciptakan interaksi yang aktif dalam komentar dengan para pengikutnya. Alasan utama konten dakwah ini diangkat sebagai objek penelitian adalah karena keunikannya dalam menyatukan pesan agama dengan hiburan. Kombinasi yang tidak kaku tersebut membuka ruang bagi lahirnya berbagai pandangan dan persepsi yang beragam dari para audiens.

Peneliti kemudian melakukan analisis studi deskriptif dengan cara mereduksi, mengelompokkan dan menganalisis komentar-komentar tersebut berdsarkan tiga indikator yaitu, seleksi, organisasi, dan interpretasi untuk menggambarkan realitas persepsi pada Penonton secara mendalam.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Sumber: Data Peneliti 2026

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan dalam media Tiktok pada akun resmi @anghajii. Objek pada penelitian kali ini yaitu menganalisis komentar dengan cara menyeleksi, mengorganisasi dan menginterpretasi.

Dengan ini peneliti akan melihat dan mengamati seperti apa Penonton melakukan proses persepsi dengan melalui seleksi, organisasi dan interpretasi terhadap konten-konten dakwah pada akun @anghajii. Dengan demikian penelitian ini dilakukan secara online untuk memperoleh data langsung dari ruang digital yang sama dengan lokasi penelitian yaitu Platform tiktok.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang bahwa realitas sosial merupakan konstruksi pemikiran individu dari Penonton yang bersifat subjektif dan bervariasi yang menggambarkan sesuatu yang sudah menjadi nyata atau terlihat oleh mata melalui komentar mereka. (Mulyana, 2019)

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti ingin memahami, menggambarkan, dan membedah secara mendalam proses kognitif persepsi audiens tanpa melakukan generalisasi statistik.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah untuk mengeksplorasi dan meneliti suatu masalah dengan pendekatan ilmiah yang seksama dan rinci. Ini dilakukan untuk mengumpulkan, memproses, serta menganalisis data, kemudian menarik kesimpulan secara terstruktur dan netral. Tujuan dari semua ini adalah untuk menyelesaikan suatu isu atau menguji hipotesis demi mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat bagi umat manusia. (Abubakar R, 2021)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat dengan fakta-fakta apa yang ada. Dalam riset ini, metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan seperti apa karakteristik tahapan seleksi, organisasi, dan interpretasi pada Penonton @anghajii yang tergambar dari teks kolom komentar di akun tiktok.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data.

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa kualitatif yang berwujud tulisan, emoji, atau simbol yang di unggah oleh netizen di kolom komentar akun tiktok @anghajii.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data premier didefinisikan sebagai sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari

sumber pertama atau sumber asli berdasarkan sumber yang tersedia. (Sulung U & Muspawi M, 2024)

Adapun sumber data primer pada penelitian ini bersumber langsung dari dokumen digital yang berupa deretan teks komentar Penonton pada video-video dakwah pilihan di akun tiktok @anghajii.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder didefinisikan sebagai sumber data penelitian yang di capai secara tidak langsung melalui media perantara. Berbeda dengan data primer, data sekunder tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya, melainkan berasal dari data yang telah dikumpulkan atau disediakan oleh pihak sebelumnya. (Sulung U & Muspawi M, 2024)

Dalam penelitian ini sumber data sekunder berupa data pendukung seperti jumlah Penonton, jumlah like, profil akun @anghajii, serta buku-buku, dan jurnal ilmiah yang relevan dengan dakwah digital dan teori persepsi.

1.6.5 Penentuan Informan dan Unit Analisis

Informan dibagi menjadi tiga kategori dalam penelitian kualitatif yaitu; informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Informan didefinisikan sebagai orang yang dapat memberikan data tentang fenomena atau masalah yang sedang diteliti.

Penentuan informan dalam penelitian ini tidak merujuk pada individu yang di wawancarai secara langsung melainkan pada Penonton atau audiens akun tiktok yang mengikuti jejak video-video dakwah aang maghribi yang tertera dalam kolom komentar. Akun-akun inilah yang bertindak sebagai unit analisis data penelitian.

Teknik penentuan informan ini menggunakan *purposive sampling* dengan menetapkan tiga kriteria yaitu :

1. kriteria konten video dengan memilih mengambil komentar dari video tersebut pada priode januari – mei 2026 dengan berbagai variasi tema seperti membahas fiqih, akhlak, dan motivasi spiritual.
2. Akun yang berkomentar harus merupakan akun real dalam arti bukan akun bot.
3. Teks komentar yang mengandung salah satu atau lebih indikator proses persepsi yaitu:
 - a. Seleksi, yang dimana Penonton menunjukkan perhatian pada video entah dari gaya bicara, visual atau topik
 - b. Organisasi, komentar mengaitkan materi dakwah dengan pengalaman pribadi atau pemhaman agama dulu.
 - c. Interpretasi, komentar menunjukkan penilaian akhir setelah Penonton selesai mencerna seluruh video, seperti kesimpulan makna, pro dan kontra serta salah paham terhadap konten.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan informasi, peneliti akan melaksanakan serangkaian langkah untuk memperoleh data. Terdapat beberapa fase yang akan dijalani dalam metode pengumpulan informasi ini antara lain:

a. Observasi

Observasi ialah sebuah metode yang dilakukan oleh penglihatan serta mengamati yang dimaksudkan untuk menghimpun data penelitian. Peneliti melakukan pengamatan terhadap isi-isi konten video dakwah Aang Maghribi sekaligus membaca dinamika interaksi, perdebatan dalam komentar serta saling *reply* antar netizen di kolom komentar pada video tersebut tanpa ikut terlibat dalam percakapan.

b. Dokumentasi

Peneliti mengunduh atau melakukan tangkap layar terhadap komentar pada video dakwah yang mengandung proses persepsi.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Triangulasi dapat di artikan sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Oleh karena itu dengan menggunakan teknik triangulasi, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas, dan pasti (Sugiyono, 2017:241).

Dalam penelitian ini yang berbasis media digital, teknik triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan dan memeriksa kembali konsisten data

dalam komentar yang diperoleh dari beberapa video @anghajii dengan tema yang berbeda. Tidak hanya itu peneliti juga menguji data komentar menggunakan dua sudut pandang dengan mengombinasikan teori persepsi baik seleksi, organisasi dan interpretasi.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Dalam studi kualitatif, informasi dikumpulkan dari berbagai sumber, dengan menerapkan beragam metode pengumpulan data, dan dilakukan secara berkelanjutan hingga data yang diperoleh mencapai tingkat kejenuhan. (Sugiyono, 2017: 243). Teknik analisis data dalam penelitian ini merujuk pada Miles Huberman dengan model analisis interaktif. Proses analisis dilakukan dengan tiga tahapan, pertama reduksi data, peneliti memilah dan memilih beberapa komentar pada video dakwah Aang Maghribi untuk memisahkan data yang relevan dari komentar spam atau bot. Kedua Penyajian data, Setelah dilakukannya reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penyajian data dilakukan dengan mengorganisasikan komentar yang dikategorikan kedalam bentuk tabel agar komentar terlihat lebih jelas dan sistematis. Ketiga penarikan kesimpulan atau verifikasi, peneliti melakukan analisis terhadap data yang sudah ada untuk dihubungkan dengan landasan teori persepsi sehingga menghasilkan temuan yang jelas mengenai kecenderungan pola pikir Penonton dalam menyeleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasi konten-konten dakwah pada akun tiktok @anghajii.