

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi saat ini berpengaruh pada berkembangnya teknologi informasi, komunikasi, hingga teknologi media informasi yang pada akhirnya manusia dianggap sebagai masyarakat informasi. Hal ini pun mengakibatkan kehidupan masyarakat bergantung pada kecanggihan teknologi komunikasi, yang mana masyarakat dapat mengakses informasi apa saja dengan mudah dan cepat, bahkan digunakan sebagai media pembelajaran dan penambah wawasan yang disajikan oleh teknologi tersebut. Teknologi komunikasi ini dimanfaatkan bukan hanya orang dewasa saja, akan tetapi anak-anak muda sekarang menjadi sasaran utama pengguna teknologi. Sehingga, canggihnya teknologi dapat mengakibatkan tumbuhnya generasi muda yang bergantung pada teknologi. Dibantu dengan adanya perangkat lunak seperti Smartphone, teknologi berjalan dengan dukungan jejaring internet. Internet menjadi salah satu sarana pokok dalam perjalanan canggihnya teknologi.

Dengan begitu, internet digunakan oleh masyarakat dalam mengakses teknologi media informasi dan komunikasi. Berdasarkan suatu survei, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet. We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai

205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet. Nilainya juga lebih tinggi 1% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya (DataIndonesia.id, 2022).

Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 203 juta jiwa. Melihat *trendnya*, jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya. Pada 2012, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya berjumlah 39,6 juta jiwa. Pada tahun ini, jumlah pengguna internet di dalam negeri telah meningkat lima kali lipat dibandingkan pada satu dekade lalu (DataIndonesia.id, 2022).

Adapun, lonjakan pengguna internet terjadi pada 2017 di mana jumlahnya menjadi 136 juta jiwa. Lebih lanjut, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 8 jam 36 menit setiap harinya. Selain itu, 94,1% pengguna internet di Indonesia adalah menggunakan telepon genggam (DataIndonesia.id, 2022).

Munculnya media-media baru lahir dari berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi ini menjadi tatapan penting dalam dunia teknologi itu sendiri, seperti *new media* yang muncul salah satunya ialah media sosial. Media sosial dianggap sebagai teknologi berbasis situs web yang memintikberatkan pada eksistensi pengguna yang menyuguhkan fasilitas masyarakat pada aktivitas dialog interaksi secara mudah. Situs web media sosial yang populer dipakai oleh masyarakat diantaranya ialah Instagram, Youtube, WhatsApp, Twiter, Fecebook, Line, hingga Tiktok.

Salah satu media sosial yang sedang *trend* dan banyak dimanfaatkan khalayak akhir-akhir ini ialah platform tiktok. Pada bulan November 2016 platform ini diterbitkan oleh perusahaan asal China dan hingga sekarang pengguna aplikasi tiktok semakin meningkat diberbagai penjuru dunia termasuk di Indonesia itu sendiri. Platform ini digunakan oleh berbagai kalangan bukan hanya orang dewasa saja, melainkan lansia bahkan anak-anakpun mulai menggemari aplikasi unik ini.

Platform Tiktok ini menyuguhkan penggunaanya untuk membuat video pendek berdurasi satu sampai tiga menit yang dilengkapi dengan musik, filter, dan beberapa fitur menarik lainnya, sehingga dapat memberikan efek teknologi terbaru dalam platformnya yang menjadikan suatu hal menarik bagi masyarakat. Maka dari itu mendorong para kreator untuk berkreasi dalam menggunakan fitur yang telah disediakan dan dapat berekspresi melalui video berdurasi beberapa menit tersebut.

Dengan seiring berjalannya waktu semakin pesatnya platform tiktok dimasyarakat luas, sehingga tidak sedikit para creator mulai memanfaatkannya ke yang lebih positif dan bermanfaat. Platform ini dapat digunakan sebagai media dalam berdakwah, yang mana mereka menyampaikan pesan-pesan mengenai ajaran agama secara singkat akan tetapi pokok pesannya dapat disampaikan dengan jelas. Ini merupakan fenomena baru yang dapat ditemui oleh masyarakat dalam platform ini. Semuanya menunjukkan bahwa platform Tiktok ini bukan lagi dianggap alay bahkan sebelah mata oleh masyarakat, karena para

creator mulai berbondong-bondong dalam menyampaikan hal-hal yang bersifat baik.

Kegiatan dakwah memiliki sifat yang dinamis, sehingga dakwah bukan hanya dilakukan diatas mimbar pada suatu majelis saja, akan tetapi kegiatan ini dapat mengikuti alur perkembangan zaman seperti pesatnya teknologi media sosial saat ini. Adanya media sosial, kegiatan dakwah dapat dengan mudah disampaikan melalui salah satu platform luas yaitu tiktok yang sedang *trend* saat ini, sehingga dakwah dapat diikuti oleh masyarakat dari berbagai kalangan terutama dikalangan remaja.

Dari sekian banyak konten kreator tiktok yang mengunggah video-video ialah konten creator Hafiid Pratama akun @hafiidddd merupakan akun milik Hafid Pratama, akun ini memiliki 1,3 juta pengikut dan sebanyak 54,4 juta disukai. Akun tersebut banyak ditonton oleh masyarakat Indonesia sendiri yang sebagian besarnya ada pada kalangan anak remaja yang bisa kita lihat sendiri pada isi kolom komentar disetiap videonya.

Akun @hafiidddd ini merupakan salah satu akun yang menggunakan salah satu disiplin ilmu komunikasi yaitu komunikasi virtual yang mengikuti *trend* saat ini. Hafiid Pratama memanfaatkan platform tiktok sebagai ajang untuk menyampaikan pesan dakwah, dengan keahliannya dalam menyampaikan pesan dakwah dengan ciri khasnya dengan berbentuk *quotes* yang mana dia menyampaikan dengan singkat dan menggunakan bahasa komunikasi dengan mudah dimengerti oleh masyarakat itu sendiri.

Dilihat dari segi budaya, akun tiktok @hafiidddd ini merupakan akun yang menyediakan tempat terjadinya suatu interaksi seseorang secara virtual. Interaksi ini terjadi pada audio, video, gambar, bahkan teks yang ada pada akun tiktok tersebut. Bukan hanya itu, terkadang dia meng*sticht* atau menjawab pertanyaan pengikutnya dikolom komentar dengan bentuk video, atau bahkan dia menjawab kembali dalam bentuk teks didalam kolom komentar pengikut yang bertanya tersebut, terkadang juga pertanyaan tersebut dijawab oleh pengikut lain didalam video konten akun @hafiidddd. Itu merupakan suatu interaksi secara virtual, keunikan atau kreativitas pada kegiatan dakwah dalam memanfaatkan media tiktok.

Dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pada suatu media dakwah yang digunakan oleh Hafiid Pratama pada konten video dalam memanfaatkan platform tiktok. Yang dimana video sebagai ajang media untuk berdakwah serta konten sarana berproses penyampaian isi dakwahnya. Oleh karena itu akan peneliti jadikan sebagai pembahasan skripsi yang berjudul "*Dakwah Virtual Melalui Konten Tiktok (Studi Etnografi Virtual Akun @hafiidddd)*".

B. Focus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat pertanyaan mengenai pokok masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana Struktur Komunikasi virtual pada konten Tiktok @hafiidddd?
2. Bagaimana Bentuk Interaksi yang terjadi pada konten Tiktok @hafiidddd?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka yang menjadi tujuan suatu penelitian yang akan dicapai ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Struktur Komunikasi Virtual pada konten Tiktok @hafiidddd
2. Untuk mengetahui Bentuk interaksi yang terjadi pada konten Tiktok @hafiidddd

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini bisa memberikan pemahaman pada dua dimensi baik itu secara teoritis maupun secara praktis.

a. Secara Akademis

Dalam penelitian ini besar harapan bisa menambah suatu wawasan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang dakwah dengan menggunakan media sosial sebagai sarana atau jalan dalam penyampaianya. Dengan adanya media teknologi maka pendakwah terutama pada

mahasiswa/mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat membangun pondasi media sosial sebagai bagian dari platform dakwah digital dan dapat berkiprah langsung secara efektif dalam mengembangkan dakwah secara lebih luas dan kreatif.

b. Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini besar harapan bisa memberi peran aktif pada peningkatan dalam menyebarkan dakwah para da'i melalui media social. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi umat muslim dalam berdakwah di masyarakat dan sekaligus dapat mengamalkannya dengan baik.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Tabel 1. 1 Kajian Penelitian yang Relevan

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Jenis penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @edhnx	Rifan Tri Yulianto	2020	Skripsi	Metode Penelitian	Objek Penelitian

2.	Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomi.Islam	Ryan Alamsyah	2018	Skripsi	Metode Penelitian	Objek Penelitian
3.	Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual	Moch. Choirul Arif	2012	Jurnal	Sama menggunakan Etnografi Virtual	Objek Penelitian
4.	Etnografi Virtual Komodifikasi Da'wah Ustadz Di Channel Youtube	Indah Suryawati & Udi Rusadi	2021	Jurnal	Sama etnografi Virtual	Objek Penelitian
5.	Aktivisme dakwah generasi Islam Kontemporer: Aktivitas dakwah bernuansa hijrah	Muhammad Sufyan Abdurrahman	2020	Disertasi	Studi etnografi virtual	Objek penelitian

berbasis Computer Mediated Communication/C MC di Kopdar Masjid Bandung Raya.						
---	--	--	--	--	--	--

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

a. Teori Realitas Sosial-Siber

Pada dasarnya realitas sebuah internet memiliki dua pendekatan didalamnya. Pendekatan yang menunjukkan realitas di dunia internet sama dengan realitas *offline*, sedangkan pendekatan lainnya menunjukkan bahwa realitas *online* berbeda dengan *offline*.

Kata siber digunakan oleh suatu masyarakat yang menggunakan internet sebagai media interaksi, transaksi, mencari informasi dan kegiatan lainnya dalam dunia internet. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori realitas sosial-siber oleh Stine Gotved yang menyebutkan dengan istilah *Cybersocial Reality* yaitu sebuah kehidupan *online* yang dapat dianalisis dengan pendekatan sosiologi

mengenai struktur dan realitas-sosialnya (Gotved, 2006, pp.168-170)
(Malik, Dwiningrum, 2017: 140-154)

Pada konsep ini memberikan suatu petunjuk secara tradisional mengenai aspek-aspek sosial dari realitas yang terdapat pada jejaring internet dengan memperlihatkan dan mengambil fitur atas kecanggihan teknologi. Nilai budaya yang terdapat pada interaksi suatu kelompok virtual menjadikan suatu konsep sebagai bahan pelengkap teori mengenai riset di jejaring internet. Tidak hanya sebagai media untuk berinteraksi antar anggota kelompok virtual saja, akan tetapi internet digunakan sebagai perangkat memberi kontribusi dari terbentuknya dimensi baru dari suatu budaya.

Dalam perspektif budaya melihat suatu interaksi diantara pengguna media sosial didunia siber yang melahirkan nilai dan nilai tersebut menjadi acuan yang berlaku secara menyeluruh. Model realitas sosial-siber menjadi bagian penting sebagai dasar landasan suatu teori yang berlandasan pada konsep virtual. Aktivitas interaksi dan nilai-nilai artefak kebudayaan menjadi konsep penting dalam teori mengenai riset di dunia internet.

Internet bukan hanya tempat yang difasilitasi untuk berinteraksi saja melainkan internet sebagai perangkat yang menyediakan hubungan yang terbentuknya dimensi-dimensi baru dari terjadinya suatu budaya. Sehingga bisa dikatakan lahirnya perangkat lunak atau keras memiliki pengaruh kuat dalam kegiatan realitas sosial siber ini.

Realitas virtual sama halnya dengan realitas di dunia nyata yang terlahir dari suatu interaksi, kultur, dan struktur yang terdapat pada entitas didalamnya. Secara sederhana, keterkaitan seorang entitas dilihat dari ketika dia log in dalam bermedia sosial, dan secara langsung dia sudah menjadi bagian dari pengguna jejaring internet. Ketika si entitas tersebut *logout*, secara langsungpun dia berhenti dalam dunia virtual, data yang buat akan tetap tersimpan dan dapat diakses oleh pengguna eletronik lain, sehingga entitas tersebut tidak benar-benar ada diluar jaringan teknologi tersebut.

Realitas yang terhubung antarentitas didalamnya inilah yang dapat diartikan sebagai realitas sosial-siber. Realitas yang dilahirkan dari suatu proses interaksi dan koneksi inter dan antarentitas didalam jaringan serta menjadi suatu budaya internet diantara entitas tersebut.

b. Etnografi Virtual

Etnografi merupakan suatu jenis metodologi yang diterapkan pada makna sosiokultural yang mempelajari kegiatan interaksi disetiap harinya. Seiring berkembangnya zaman maka dalam kegiatan etnografi

pun semakin modern, dimana kebudayaan dapat diambil dari adanya jaringan teknologi.

Dengan adanya teknologi, budaya *face to face* berpindah ke budaya virtual, akan tetapi dengan adanya teknologi tidak berarti budaya *face to face* itu hilang. Adanya istilah etnografi virtual menjadi salah satu hal yang menarik disaat teknologi komunikasi semakin berkembang.

Christine Hine (2000, 2015) menyatakan bahwa etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (*user*) saat menggunakan internet tersebut. Etnografi virtual juga untuk mereflesikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi di internet (Nasrullah, 2017: 9).

Menjadi catatan penting bahwasanya melakukan etnografi virtual tidaklah terbatas hanya melihat realitas sosial-siber yang ada di *online*. Ada realitas yang terhubung antara *online* dan *offline* yang tidak bisa dipisahkan menjadi realitas yang berbeda (Nasrullah, 2017: 10).

Etnografi virtual dijadikan sebagai suatu metode penelitian dalam mengamati kegiatan interaksi dalam dunia maya. Pembatasan kata “virtual” dan “nyata” tidak bisa dianggap sebagai sesuatu yang hadir secara tiba-tiba. Didalam metode etnografi terdapat kegiatan belajar tentang dunia atau budaya orang mulai dari mendengar, melihat, berpikir, dan berperilaku dengan cara yang berbeda.

2. Kerangka Konseptual

a. Dakwah Virtual

Secara substantif, dakwah dapat diartikan sebagai upaya mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, serta bertindak manusia pada tataran individu dan sosiokultural agar sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Dakwah adalah proses transendensi dan imanensi sekaligus membangun kesadaran ketuhanan secara vertikal dan mengimplementasikan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan. (Sarbini, 2021: 21)

Dakwah sering dimaknai dengan kata ajakan, panggilan atau seruan, maka dengan makna singkat tersebut sehingga bisa disimpulkan bahwa dakwah bersifat persuasif, yang dimana persuasif adalah suatu komunikasi yang dapat meyakini bahkan mempengaruhi orang lain setiap individunya. Dengan sifat persuasif ini, para pendakwah dapat mempengaruhi dan meyakini khalayak, sehingga isi dakwah yang diberikan dapat mudah diterima dengan baik.

Dalam aktivitas dakwah kita dituntut untuk terus ikut menyiasati alur perkembangan zaman dan segala dinamika peradaban yang terus bergulir. Visi dakwah adalah perubahan dan perbaikan kualitas hidup manusia dalam segala aspek kehidupannya di masyarakat, sedangkan misinya adalah mengupayakan bagaimana seluruh *ritme* kehidupan

masyarakat dapat berjalan sesuai dengan nilai-nilai keislaman. (Sarbini, 2021: 161)

Virtual ialah ruang segala informasi yang menggunakan perangkat lunak teknologi yang menunjukkan suatu aktivitas yang ada pada dunia maya. Sederhananya, virtual ialah suatu teknologi yang memberikan rasa mudah kepada penggunanya dalam berkomunikasi yang seolah-olah berbicara langsung dalam kehidupan nyata.

Dakwah virtual ini lahir dari inovasi-inovasi baru mengikuti alur perkembangan teknologi atau media baru. Dakwah virtual merupakan suatu ruang perkumpulan terjadinya interaksi yang ada didalam kehidupan nyata untuk mendiskusikan dalam dunia siber. Dakwah virtual juga proses berdakwah tanpa bertemu langsung dengan khalayak dibantu dengan adanya internet, hal ini dapat memudahkan semua orang dalam mendapatkan informasi dengan cepat.

Sehingga dakwah virtual menjadi solusi atas apa yang menjadi hambatan-hambatan yang dapat terhalangnya mendapatkan pesan-pesan dakwah islam, jarak dan waktu menjadi tolak ukur terjadinya hambatan tersebut. Dimanapun dan kapanpun kita dapat mengaksesnya dengan bebas sesuai apa yang kita perlukan.

b. Media Sosial

Media sosial menggunakan teknologi berbasis website yang dihubungkan dengan jejaring internet. Media sosial merupakan suatu platform digital yang menyajikan fasilitas dalam kegiatan interaksi sosial antar sesama, dengan cara daring dan dapat digunakan tanpa ruang dan waktu yang efisien sehingga menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer.

Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial (Narullah, 2017: 11).

Media sosial menjadi media yang sudah sangat tidak asing lagi yang hadir di kehidupan masyarakat umum. Adanya internet menjadikan media sosial mengalami revolusi pada perannya sebagai penyebar dan penerima informasi. Dengan pesatnya teknologi saat ini menjadikan media sosial sebagai sesuatu yang pokok bagi setiap penggunanya. Banyak sekali media sosial yang dapat disuguhkan saat ini, mulai dari Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, Line, Tiktok, dan lain sebagainya. Masyarakat berbondong-bondong memanfaatkan platform yang telah disediakan sebagai media komunikasi.

c. Tiktok

Dari sekian banyaknya Platform media sosial yang disediakan, terdapat salah satu platform yang sedang *trend* saat ini, ialah tiktok. Setiap ponsel diyakini pasti memiliki platform tersebut. tiktok digunakan sebagai suatu media informasi, komunikasi, bahkan hanya untuk hiburan semata.

Tiktok merupakan Aplikasi video dan jejaring sosial asal Cina resmi yang meramaikan industri digital di Indonesia. Tiktok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Media sosial ini menghadirkan *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah (Oktaheriyani, dkk. 2020: 7).

Terdapat beberapa fitur yang disediakan oleh platform tiktok seperti *sound music*, animasi, filter lucu, teks berjalan, dan video dengan durasi 3 menit. Itu merupakan salah satu hal yang menarik pada platform ini. Sehingga banyak orang saat ini memanfaatkan tiktok kesisi yang lebih positif termasuk dalam kegiatan dakwah. Tidak sedikit para kreator menggunakan tiktok sebagai media efektif dalam menyampaikan dakwah dan informasi lainnya. Tiktok salah satu aplikasi yang dianggap cocok dalam menyampaikan dakwah dikalangan khalayak saat ini, sadar tidak sadar tiktok ini dapat dengan mudah menarik perhatian masyarakat.

Salah satunya ialah konten kreator pada akun @hafiidddd, yang mana dia memanfaatkan platform tiktok untuk menyampaikan hal-hal positif salah satunya ialah dalam bidang dakwah.

G. Langkah-langkah Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu lokasi yang mana aktivitas penelitian dilakukan. Adapun lokasi dalam penelitian ini ialah ada pada subjek dan objek penelitiannya. Subjek penelitian merupakan metode yang digunakan untuk menentukan subjek atau individu yang dapat memberikan informasi atau keterangan terkait dengan permasalahan yang akan diteliti (Sugiyono, 2017). Dan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu) (Sugiyono, 2012).

Sedangkan subjek dari penelitian ini ialah Dakwah virtual pada platform tiktok dengan studi etnografi virtual analisis media siber. Sedangkan objek yang akan diteliti ialah kegiatan dakwah pada akun @hafiidddd sebanyak 29 video dari banyaknya video yang diunggah selama 7 bulan mulai dari periode bulan September 2022 sampai dengan Maret 2023 untuk memperoleh sebuah data yang ada.

b. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma ialah suatu metode berpikir yang dipakai dalam penelitian dalam melihat realitas teori atau permasalahan ilmu pengetahuan. Sehingga

paradigma yang digunakan ialah paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu (Gunawan, 2013).

Paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini karena peneliti menilai konten tiktok pada akun @hafiidddd dapat menemukan suatu realitas sosial yang bersifat relatif pada objek yang dituju dikalangan pengguna media sosial atau internet.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan & Taylor menjelaskan bahwa kualitatif ialah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara utuh (Gunawan, 2013). Yang dilakukan pada kondisi alamiah pada instrumen tertentu.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti menekankan pada suatu tujuan untuk menemukan dan memahami pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media dakwah. Pada penelitian kualitatif ini pun dapat mengarah pada suatu makna, definisi, konsep, karakteristik, simbol dan penyampaian segala sesuatu.

c. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi etnografi virtual. Studi etnografi virtual merupakan salah satu metode etnografi yang digunakan untuk kultur pengguna siber dan sebagai fenomena pada sosial budaya. Sebagai suatu kultural, *cyberspace* atau dunia siber bagi penelitian etnografi virtual bisa mendekati beberapa objek atau fenomena yang ada di internet (Nugraha, 2015).

Metode etnografi virtual dipakai untuk melihat bagaimana budaya komunikasi virtual dan interaksi pada akun @hafiidddd memposting konten-konten yang berkaitan dengan penggunaan dakwah virtual dengan segmentasi umum melalui analisis media siber.

d. Jenis data dan Sumber data

1. Jenis Data

Data adalah fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Data penelitian dapat berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik selama kegiatan penelitian berlangsung (Sodik, 2015: 67).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif pada studi etnografi virtual. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan bentuk angka. Bentuk lain data kualitatif

adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video (Sodik, 2015). Sehingga data kualitatif yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada penjelasan yang berbentuk teks narasi.

2. Sumber Data

Dalam bagian ini terbagi menjadi dua sumber data yaitu primer dan sekunder. Sumber data primer disebut sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber datanya (Sodik, 2015: 67-68). Sehingga pada penelitian ini sumber data primernya ialah konten dakwah pada akun @hafiidddd.

Dan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada atau peneliti sebagai tangan kedua. (Sodik, 2015: 68). Sehingga sumber data sekunder dalam penelitian ini ialah bersumber dari suatu jurnal, buku, artikel, koran, majalah dan sumber media sosial seperti Tiktok, Youtube, Instagram hingga sumber lainnya yang berkaitan dengan konten video.

e. Informan dan Unit Analisis

Informan ialah seseorang yang memiliki dan mengetahui informasi yang luas (data) objek yang akan diteliti, dengan harapan dapat dimintai data tentang objek penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi Informan ialah konten video Hafiid Pratama dalam akun tiktok @hafiiddddd. Sedangkan unit analisis yang terdapat pada penelitian ini ialah kata-kata atau kalimat yang dilontarkan oleh Hafiid Partama pada video kontennya.

f. Teknik Pengumpulan Data

Teknik ini ialah suatu metode yang dipakai untuk mengumpulkan fakta-fakta dan informasi yang terjadi, pada dasarnya tujuan utama dari sebuah penelitian ialah menghasilkan suatu data terkait dengan sesuatu yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data yang bisa digunakan terhadap penelitian ini, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu sisi yang paling penting pada penelitian kualitatif. Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para Ilmuwan hanya bisa bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. (Sugiono, 2019: 297). Dengan observasi penelitian bisa mendokumentasikan dan mereflesikan secara sistematis pada kegiatan dan interaksi terhadap subjek dalam suatu penelitian. Sesuatu yang dilihat serta didengarkan pada kegiatan observasi bisa dicatat dan direkam dengan baik.

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi terhadap kata-kata serta kalimat yang terdapat pada konten video Tiktok @hafiiddddd

milik Hafiid Pratama sebanyak 29 video dari banyaknya video yang diunggah selama 7 bulan terakhir sejak bulan September 2022 hingga bulan Maret 2023 untuk memperoleh sebuah data yang ada.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah dilalui. Dengan begitu, dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2019: 314).

Teknik dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah bagaimana cara mengumpulkan suatu dokumen dengan tujuan penelitian, menyampaikan, mencatat, mengartikan, mengklasifikasikan. Sehingga dokumentasi pada penelitian ini menghubungkan langsung pada apa yang menjadi objek penelitian ialah konten video tiktok Hafiid Pratama pada akun @hafiiddddd.

3. Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu pokok dalam mencari sumber data. Wawancara dapat diartikan sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. (Sugiono, 2019: 304)

Dengan begitu, untuk mengambil sumber data dari sisi yang berbeda, peneliti mengambil narasumber pemilik akun @hafiiddddd

itu sendiri sebagai informan utama dan *followers* yang ada pada akun @hafiiddddd untuk mengambil sudut pandang yang berbeda.

g. Teknik Analisis Data

Spradley (1980) mengatakan bahwa analisis dalam penelitian jenis apapun ialah merupakan cara berpikir. Hal itu berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan sehingga analisis adalah untuk mencari pola. (Sugiono, 2019: 319-320)

Analisis suatu data secara mendalam ini suatu metode pengumpulan data yang melalui suatu pengamatan, wawancara, observasi, data-data dokumen yang telah ada. Analisis data sangatlah penting dalam suatu proses penelitian.

Adapun pada penelitian ini memeriksa semua data-data yang telah ada pada akun @hafiiddddd, dengan menggunakan metode Analisis Media Siber dalam etnografi virtual, lalu mengumpulkan data sesuai dengan jenis suatu masalah yang akan dijawab. Lalu mengumpulkan semua data tersebut yang pada akhirnya dapat menarik sebuah kesimpulan.