

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Internet telah menjadi media yang dominan dan kuat, bahkan mengalahkan media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak memudahkan akses keberbagai informasi melalui komputer yang dilengkapi modem yang terhubung dengan jaringan telepon. Internet tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang ekspresi keagamaan.

Kelebihan dari internet adalah menyediakan akses ke berbagai macam informasi yang nyata melalui jejaring sosial seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, Twitter, TikTok, dan Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk memilih cara mereka berkomunikasi dan berbagi informasi. Internet juga menawarkan fitur instan yang membuatnya menyenangkan bagi penggunanya dan digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari. Internet adalah rumah bagi jutaan orang yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi.

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk mengakses informasi dan pergaulan di dunia maya, tetapi juga memberikan dampak signifikan pada berbagai bidang. Saat ini, penggunaan media sosial telah berkembang pesat dan digunakan untuk

bersosialisasi, berpartisipasi dalam pasar jual beli, serta mendapatkan informasi terkini tentang peristiwa yang terjadi. Selain sebagai media komunikasi, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan dakwah. Masyarakat dapat memanfaatkan berbagai alat komunikasi yang tersedia di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya, sebagai media untuk menyampaikan pesan moral yang baik. Sebagai umat Islam, kita dapat memanfaatkan media sosial sebagai mediator untuk menyebarkan pesan moral yang positif dan menjalankan dakwah melalui platform tersebut.

Dakwah merupakan proses informasi tentang nilai-nilai Islam yang membutuhkan proses komunikasi. Pesan yang mengandung ajaran Islam yang disampaikan atau didakwahkan adalah kumpulan pesan yang disampaikan kepada orang-orang. Di sinilah berlaku pola proses dakwah dengan proses komunikasi (Saputra, 2011:50). Adapun perbedaan antara proses komunikasi dan proses dakwah adalah bahwa proses komunikasi mencakup semua jenis pesan, sedangkan proses dakwah lebih memfokuskan kepada pesan yang berisikan khayr, amr ma'ruf, dan nahy munkar terutama khusus tentang ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits, dan dilakukan oleh orang Islam sebagai dai atau mubaligh kepada seorang atau banyak (khalayak).

Dalam kehidupan masyarakat, kegiatan dakwah sering dimaknai tidak lebih dari ceramah, yang terdiri dari ulama sebagai *da'i* yang menyampaikan pesan kepada masyarakat. Padahal, dakwah tidak hanya

menjadi kewenangan ulama atau tokoh agama saja, karena dakwah Islam memiliki cakupan yang luas di segala bidang kehidupan. Ia memiliki bentuk, metode, media, pesan, perilaku, dan mitra dakwah yang berbeda.

Kemajuan teknologi memiliki dampak yang besar pada kehidupan kita saat ini. Perkembangan teknologi yang semakin canggih juga mempercepat perkembangan sarana komunikasi, baik itu media cetak maupun elektronik. Oleh karena itu, teknologi informasi menjadi kebutuhan dasar bagi manusia dalam mengembangkan kepribadian dan lingkungannya. Oleh karena itu, setiap orang berhak mendapatkan akses ke informasi yang dibutuhkan, dan ini dapat dilakukan dengan memberikan hak kepada masyarakat untuk mengakses informasi yang mereka butuhkan.

Adapun yang menjadi landasan kewajiban untuk berdakwah, salah satunya terdapat dalam Q.S Al-Baqarah: 186

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

Artinya: “Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku Kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-

Ku, agar mereka memperoleh kebenaran.” (Kementerian Agama RI Mushaf Al-Qur`an Terjemahan, 2007:28).

Ayat ini menyatakan bahwa Allah SWT senantiasa dekat dengan hamba-Nya dan siap mendengar setiap permohonan yang dilakukan oleh hamba-Nya. Namun, untuk mendapatkan jawaban atas doa tersebut, hamba-Nya juga harus memenuhi perintah-perintah Allah SWT dan beriman kepada-Nya dengan sepenuh hati. Ayat ini juga memberikan penghiburan dan harapan bagi para penganut agama Islam, karena menyatakan bahwa Allah SWT selalu ada di sisi mereka dan siap membantu dalam setiap keadaan. Oleh karena itu, penting bagi umat Muslim untuk selalu berdoa dan berkomunikasi dengan Allah SWT dalam segala hal, serta memenuhi perintah-Nya sebagai bentuk pengabdian kepada-Nya.

Dalam era perkembangan ilmu pengetahuan yang pesat, media publikasi informasi menjadi sarana komunikasi yang semakin penting. Masyarakat membutuhkan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan komunikasi, sehingga berbagai media yang kompleks pun dikembangkan. Salah satu media yang sangat populer adalah internet, yang memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah mendapatkan informasi dan berkomunikasi secara online. Penggunaan internet sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Selain itu, internet juga memperkenalkan berbagai platform media sosial seperti TikTok kepada masyarakat.

Aplikasi TikTok menyajikan efek-efek yang unik dan menarik yang mudah digunakan oleh pengguna untuk membuat video pendek yang menarik dan menarik perhatian banyak orang. Aplikasi ini memiliki ribuan bahkan jutaan pengguna di seluruh dunia. Konten yang terdapat di aplikasi ini mencakup berbagai macam genre, termasuk makanan, fashion, pendidikan, dan banyak lagi, semuanya bertujuan untuk memberikan hiburan kepada penggunanya (Randani, 2021:572).

Dilansir dari artikel Kompasiana.com, TikTok adalah platform media sosial yang populer karena memberikan pengalaman yang sama bagi semua orang di seluruh dunia, termasuk mahasiswa. Dikembangkan oleh pendiri Toutiao, Zhang Yiming, pada September 2016, platform ini merupakan gabungan dari jejaring sosial, musik, dan video. Saat ini, TikTok memiliki lebih dari 30 juta pengguna di Indonesia.

Kehadiran tren di TikTok menunjukkan bahwa platform ini dapat menyatukan banyak orang dan memudahkan para pembuat konten untuk mempromosikan gagasan, pandangan, dan menyebarkan informasi. Sebagai contoh, TikTok digunakan untuk menyosialisasikan protokol kesehatan di tengah pandemi COVID-19, seperti teknik mencuci tangan yang dihadirkan dengan cara yang menarik dan kemudian ditiru dan dimodifikasi oleh pengguna lainnya. Melalui cara ini, pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat konten akan lebih mudah dipahami oleh penonton dan menancap di benak mereka (Randani, 2021:580)

Aplikasi TikTok telah mengambil perhatian banyak kalangan dalam bidang dakwah untuk berdakwah pada aplikasi tersebut. Mulai dari ulama-ulama yang sudah memiliki ilmu yang luar biasa, bahkan munculnya para *da'i* baru dari kalangan muda. Salah satunya adalah seorang dai muda yang berasal dari Madura dengan wajah seperti keturunan Arab, bernama Husain Basyaiban. Husain memiliki akun TikTok dengan nama @kadamsidik00 dan sudah bergabung di TikTok kurang lebih tiga tahun sejak dimulainya pandemi. Pada Januari 2022, ia memiliki pengikut sebanyak 5.7 juta dan 292.4 juta suka. Saat ini, Husain tengah menempuh pendidikan sarjana di UIN Surabaya. Meskipun aktif berdakwah, Husain mengaku tidak ingin dipanggil dengan sebutan ustaz, syekh, hingga habib.

Dalam fenomena ini terlihat bahwasanya banyak kemudahan yang didapat oleh *da'i* dan *audience* dalam menyebarkan dan belajar agama islam. Berdakwah di media sosial juga memiliki kekurangan, yaitu seperti situs-situs yang dinilai sesat yang mengatasnamakan Lembaga atau institusi, atau video-video dakwah yang belum dipastikan kebenarannya. Pastinya hal ini menimbulkan suatu kebingungan bagi audience atau masyarakat awam yang membuka situs dan melihat video tersebut. Dengan adanya kemudahan dalam berdakwah di media sosial juga membuat *audience* dari kalangan usia yang menua, malu datang langsung pada pemuka agama. Sampai dengan *audience* dari kalangan

anak muda yang ingin belajar secara instan dan enggan datang pada pemuka agama.

Meskipun berdakwah yang dilakukan di TikTok tidak dihadiri jama'ah secara langsung, namun penyampaian Husain memiliki ciri khas pembawaan bicara dengan intonasi yang santai, tegas, dan lugas sehingga banyak anak muda yang mendukung Husain di TikTok. Salah satu konten dakwah Husain yang menarik perhatian adalah yang membahas tentang berhutang seperti Pinjol (Pinjaman Online) dan *Paylater* yang saat ini sangat merajalela di kalangan mahasiswa.

Fintech merupakan gabungan antara sistem keuangan dan teknologi. *Fintech* yang berkembang di Indonesia telah melahirkan berbagai aplikasi inovatif di sektor keuangan, seperti alat pembayaran, penyimpanan dana, dan pinjaman. Popularitas *Fintech* di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat telah berubah dari sistem keuangan tradisional menuju sistem modern yang lebih mudah diakses melalui teknologi. Perubahan ini disebabkan oleh kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *Fintech* dalam mengakses berbagai keuntungan terkait sistem keuangan (Safitri, 2021: 140).

Salah satu jenis layanan *Fintech* yang populer di kalangan masyarakat saat ini adalah layanan pinjaman online. Pinjaman online adalah jenis kredit yang diajukan melalui aplikasi ponsel secara online, tanpa perlu melakukan pertemuan langsung. Cara ini memberikan kemudahan dan kecepatan dalam proses pengajuan kredit

Kehadiran *Fintech* memberikan alternatif baru dalam solusi transaksi non tunai dan menghasilkan inovasi di sektor keuangan. *Fintech* berupaya memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi finansial dan memberikan layanan keuangan yang terbaik. Inovasi dari *Fintech* ini menghasilkan fenomena aplikasi kredit dan pinjaman online sebagai bentuk transaksi non tunai yang semakin populer di Indonesia. Ada banyak aplikasi kredit dan pinjaman online yang muncul dengan berbagai promosi menarik untuk menarik minat pengguna dan memperluas jangkauan layanannya.

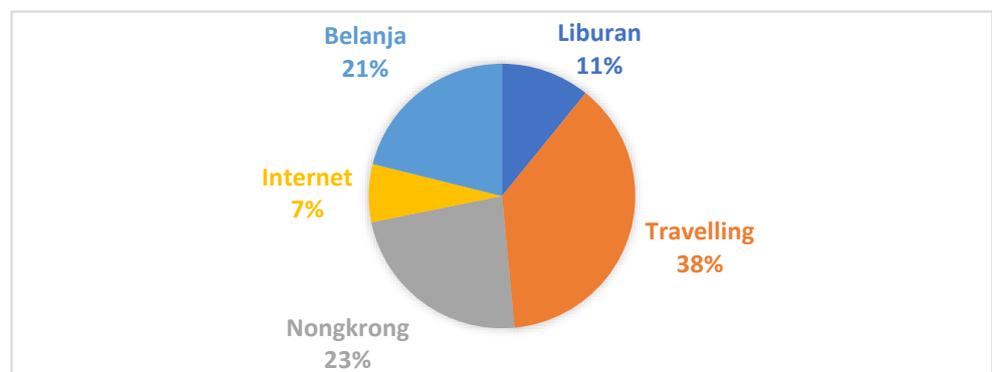
Paylater adalah suatu konsep pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk membayar barang atau jasa yang dibeli lebih dahulu oleh perusahaan digital terkait, dan membayarnya tagihannya pada bulan berikutnya dengan memilih jangka waktu pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan. Sistem ini menawarkan fasilitas cicilan tanpa menggunakan kartu kredit. Kata "*pay*" yang berarti membayar, dan "*later*" yang berarti nanti, menggambarkan sifat konsep pembayaran ini.

Mahasiswa adalah kelompok siswa muda yang memiliki tingkat pendidikan yang paling tinggi dan mulai mengembangkan kemampuan berpikir secara kritis.

Mereka cenderung menghabiskan banyak waktu di depan layar, seperti gawai dan televisi, dengan rata-rata 27 jam setiap minggunya. Kebiasaan ini menunjukkan peningkatan dalam konsumsi konten, termasuk hiburan seperti bermain game atau menonton tayangan *on*

demand, yang sering kali melibatkan pengeluaran untuk membeli upgrade fitur. Oleh karena itu, mahasiswa menjadi salah satu target pasar *Fintech Paylater* yang terus berkembang.

Berdasarkan penelitian dari *MoneySmart.id*, gaya hidup kelompok mahasiswa terbagi ke dalam beberapa kategori pengeluaran, yaitu hiburan (seperti menonton atau konser) sebesar 10,8%, travelling (seperti memesan tiket transportasi) sebesar 37,7%, nongkrong (seperti membeli makanan dan minuman) sebesar 23,3%, internet (seperti membeli paket internet dan pulsa) sebesar 7,1%, dan belanja bermerk sebesar 21,1%. Kebiasaan berbelanja mahasiswa sangat kompleks karena mereka cenderung berpengetahuan luas tentang teknologi yang berkembang, terbuka terhadap adanya teknologi, dan merasa bebas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Selama berselancar di media sosial, informasi tentang produk dan merek, serta penawaran harga, menjadi fokus utama bagi mereka sebelum melakukan pembelian secara bertahap.



Gambar 1.1 Alasan Mahasiswa Menggunakan *Paylater*
Sumber : *MoneySmart.id*

Dengan hasil penelitian diatas, mahasiswa ternyata banyak menggunakan *Paylater* untuk berhutang demi gaya hidup mereka tanpa tau bahwa sebenarnya hutang *Paylater* merupakan riba. Hal inilah yang menjadi perhatian pada salah satu dakwah Husain di akun TikTiknya. Adanya dakwah tentang hutang ini tentu mendapat perhatian banyak warganet, bahkan video dakwah tentang berhutang ini telah ditonton sampai 2 juta kali dengan komentar 5.145 dan likes sebanyak 287 ribu. Bukan hanya di tonton namun juga video dakwah ini disebarakan sebanyak 10.800 kali pada tahun 2022. Tentunya dari banyaknya komentar di video dakwah berhutang ini bermacam-macam, ada yang setuju dan bahkan bertanya lebih lanjut terkait konten berhutang tersebut.

Salah satu bentuk komentar dari warganet, diungkapkan oleh pemilik akun @fikriwowo, "*Alhamdulillah dipersulit pada saat mau pinjol dan bukan Cuma satu, bahkan hampir coba semuatapi tetap gagal verifikasi*". Bentuk komentar tersebut tergolong dalam kategori setuju, karena dalam video Husain menyampaikan bahwa jika terlibat dalam pinjaman online akan banyak perkarahal negatif yang terjadi, khususnya jika dibahas dalam agama Islam.

Urgensi penelitian ini dilakukan mengingat banyaknya persepsi yang hadir dalam video dakwah berhutang tersebut sehingga menjadi perhatian peneliti untuk meneliti bagaimana persepsi mahasiswa

khususnya di perguruan tinggi Kota Bandung dalam menonton dakwah berhutang pada akun @kadamsidik00.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Konsep Berhutang (*Paylater*)?
2. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Berhutang dalam Akun TikTok @kadamsidik?
3. Bagaimana Urgensi Pesan Dakwah Berhutang di Media Sosial?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Persepsi Mahasiswa Terhadap Konsep Berhutang (*Layanan Paylater*)
2. Mengetahui Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Dakwah Berhutang dalam Akun TikTok @kadamsidik00
3. Mengetahui Urgensi Pesan Dakwah Berhutang di Media Sosial

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah hasil atau dampak dari hasil penelitian, dari manfaat penelitian terhadap pesan dakwah dalam media sosial TikTok yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan Informasi khususnya di media sosial TikTok sebagai media dakwah. Hasil penelitian ini juga dapat menambah pengetahuan mahasiswa di bidang komunikasi dan dakwah serta hasil penelitian ini sangat diharapkan

sebagai pedoman pengembangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Secara praktis, Dapat memberikan informasi khususnya tentang konten-konten dakwah yang terdapat pada media sosial TikTok dan dapat berkontribusi terhadap perkembangan akademis mahasiswa dalam berdakwah menggunakan media sosial.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Penulis melakukan studi literatur dengan mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya sebagai referensi dalam penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai tinjauan pustaka:

Pertama, Yoga Abriawan (2021). "Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) Terhadap Akun Alter di Media Sosial Twitter." Pembahasannya mengenai bagaimana persepsi mahasiswa yang ada di UIR terhadap akun alter yang terdapat di Twitter. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana subjek dari penelitian ini adalah 9 narasumber yang diambil dari setiap fakultas dan dianggap mewakili seluruh mahasiswa UIR.

Kedua, Dyah Sri Lestari Rajab (2019), "Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Dakwah Melalui Instagram Ustadz @hanan_attaki." Penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi mahasiswa KPI

terhadap konten dakwah Ustadz Hanan Attaki pada media sosialnya, yaitu Instagram. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menentukan informan secara purposive sampling, metode ini adalah teknik berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu.

Ketiga, Mohammad Hidayat (2022), "Analisis Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Terhadap Citra Perempuan Dalam Akun Youtube Opi E-Sports." Penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel terhadap perempuan di dalam akun Youtube Opi E-Sports. Penelitian ini mendeskripsikannya menggunakan jenis deskriptif metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan teori analisis resepsi dari Stuart Hall. Hasil penelitian itu sendiri menunjukkan bahwa yang dominan posisi, informan sejalan dengan makna yang disampaikan melalui konten parago sebagai hiburan yang menghibur.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

No	Penelitian atau Skripsi	Peneliti dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Penelitian oleh Yoga Abriawan, mahasiswa Universitas Islam Riau dengan judul " Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) Terhadap Akun	Yoga Abriawan tahun 2021. Universitas Islam Riau	Memiliki focus penelitian yang sama yaitu persepsi mahasiswa	Memiliki perbedaan pada media social yakni media sosial Twitter sedangkan penelitian ini menggunakan media TikTok

	Alter di Media Sosial Twitter”			
2	Penelitian oleh Dyah Sri Lestari Rajab, mahasiswa UIN Alauddin Makassar dengan judul“ Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Dakwah Melalui Instagram Ustadz @hanan attaki”	Dyah Sri Lestari Rajab tahun 2019. UIN Alauddin Makassar	Memiliki focus penelitian yang sama yaitu persepsi mahasiswa dan metode yang sama yakni deskriptif kualitatif	Memiliki perbedaan pada media social yakni media social Instagram sedangkan penelitian ini menggunakan media TikTok
3	Penelitian oleh Mohammad Hidayat, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul“ Analisis Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Terhadap Citra Perempuan Dalam Akun Youtube Opi E-Sports”	Mohammad Hidayat tahun 2022. UIN Sunan Ampel Surabaya	Memiliki focus penelitian yang sama yaitu persepsi mahasiswa dan metode yang sama yakni deskriptif kualitatif	Memiliki perbedaan pada media social yakni media social Youtube sedangkan penelitian ini menggunakan media TikTok

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, peneliti menggunakan teori analisis resepsi (*encoding-decoding*) yang dikemukakan oleh Stuart Hall dan Model Komunikasi Laswell. Kedua teori ini dianggap penulis sebagai teori paling tepat digunakan dalam penelitian ini dikarenakan

tahap penelitian, proses penelitian, dan komponen penelitian yang diperlukan dalam penelitian ada pada dua teori ini.

a) Teori Stuart Hall

Dalam konteks komunikasi, *encoding* merujuk pada proses pengubahan pesan atau gagasan oleh pengirim pesan sehingga dapat diterima oleh penerima pesan. *Encoding* bisa terjadi beberapa kali dalam proses komunikasi, dan mirip dengan konsep pesan, hanya saja *encoding* melibatkan proses di otak untuk mengubah informasi menjadi kode yang dapat dipahami oleh penerima pesan. Pesan yang telah di-*encoding* kemudian di-*decode* oleh penerima pesan untuk menghasilkan pesan yang memiliki makna (Hidayat, 2022: 12).

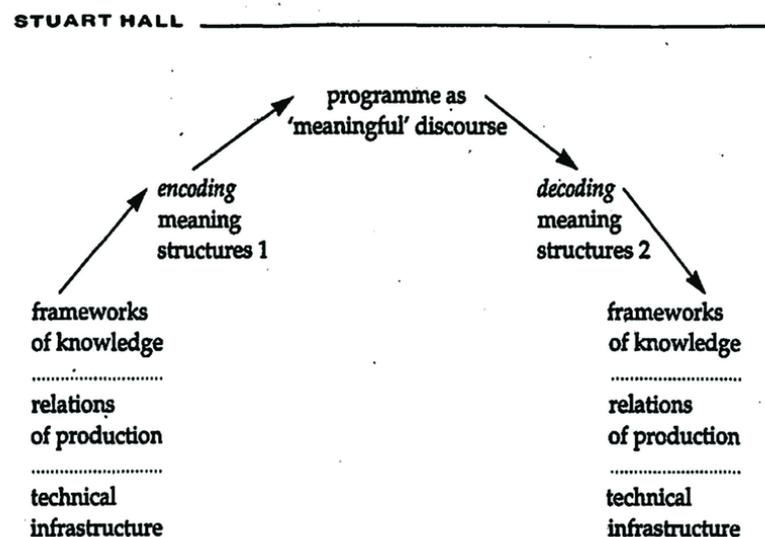
Teori resepsi menekankan pentingnya pendapat dan tanggapan khalayak terhadap suatu media atau karya. Pendapat khalayak dapat berubah-ubah tergantung pada karya yang mereka saksikan. Menurut Fiske, menggunakan teori analisis resepsi membantu dalam mempelajari khalayak sebagai individu yang aktif dan bukan hanya sebagai penerima pasif, melainkan sebagai agen kultural yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna dari berbagai wacana yang disajikan oleh media. Makna yang disampaikan oleh media bersifat terbuka atau memiliki banyak tafsiran, dan bahkan khalayak dapat memberikan tanggapan yang berlawanan terhadapnya (Fiske dalam Adi, 2018: 8).

Stuart Hall memperkenalkan teori pemaknaan yang sering digunakan bersama dengan analisis resepsi untuk mempelajari bagaimana khalayak memaknai pesan media. Hall mengembangkan konsep *decoding* sebagai model komunikasi pada tahun 1973 dan percaya bahwa khalayak dapat berperan aktif dalam mengartikan pesan tersebut. Berbeda dengan teori media lain yang menekankan pada pemberdayaan khalayak, Hall menganggap bahwa interpretasi khalayak merupakan hasil dari adaptasi terhadap paradigma *decoding*. Karena pesan yang disampaikan tergantung pada konteks media sosial dan bisa diubah oleh kolaborasi tim (Saradita, 2019: 10).

Teori pemaknaan berkaitan erat dengan analisis makna konten di media sosial. Teori ini lebih menekankan pada respons khalayak terhadap pesan media dan interpretasi publik terhadap pesan tersebut. Pesan yang disampaikan melalui media massa terdiri dari berbagai simbol yang kompleks. Jika suatu pesan diproduksi dengan tujuan untuk disukai oleh banyak pemirsa, maka interpretasi yang diterima oleh khalayak dapat berbeda dari yang direncanakan.

Dalam analisis resepsi, terdapat istilah "*priority reading*" yang merujuk pada makna pesan yang disampaikan kepada audiens, terutama dalam bentuk teks. Stuart Hall merupakan pelopor dalam studi teori penerimaan, dan teorinya lebih diilhami oleh gagasan Gramsci daripada kajian hegemoni dan budaya. Menurut pandangan Hall, bahasa memiliki kekuatan untuk membantu mempertahankan tidak hanya

politik tetapi juga ekonomi dan institusi. Fokus utama Hall adalah pada analisis teks, dan ia mengasumsikan bahwa audiens menentang dan bernegosiasi dalam menerima pesan tersebut. Hall membagi khalayak ke dalam 3 posisi decoding yang bisa saja dimiliki oleh khalayak dalam penerimaan serta pemaknaan isi pesan.



Gambar 1.2 Model Encoding-Decoding Stuart Hall
Sumber : researchgate.net

A. Dominan Hegemonic Position

Hall menjelaskan bahwa Hegemoni Dominan adalah situasi ketika suatu media memberikan suatu isi pesan melalui media, kemudian khalayak menerimanya, dan isi pesan yang disampaikan oleh media tersebut disukai oleh khalayak. Posisi ini bisa kita pahami bahwa khalayak dapat menerima dan melakukan penafsiran kepada isi pesan

tersebut secara umum, dan tidak ada penolakan dari khlayak, menerima penuh makna-makna yang terkandung dalam pesan yang disampaikan oleh media.

B. Negotiated Position (Posisi Negosiasi).

Posisi ini khlayak menerima makna dari pengirim pesan dan sejalan dengan adanya batas-batas tertentu. Sama seperti yang dikatakan Hall, khlayak akan menerima isi sebuah pesan secara umum. Dengan kata lain, khlayak menerima pesan tersebut, akan tetapi khlayak bisa juga memberikan tafsiran yang berbeda. Khlayak bisa juga menolak makna pesan berdasarkan latar belakang khlayak dan pola pikir masing-masing.

C. Oppositional Reading (Posisi Oposisi)

Pada posisi ini, khlayak secara terang-terangan tidak sejalan dan menolak terhadap pesan yang disampaikan. Khlayak secara kritis dapat mengubah makna-makna yang terdapat pada pesan atau pun kode-kode pesan tersebut. Khlayak mengganti makna pesan sesuai dengan ideologi dan memiliki cara sendiri dalam menginterpretasikannya.

b) Teori Model Komunikasi Laswell

Pada tahun 1948, Harold Laswell mengemukakan teori yang menjadi salah satu fondasi awal dalam memahami komunikasi massa. Teori Laswell ini merinci proses komunikasi massa sebagai sebuah pertanyaan fundamental yang mencakup "siapa yang mengatakan apa

kepada siapa, melalui saluran apa, dan dengan efek apa." Teori ini telah menjadi landasan penting dalam pemahaman komunikasi massa karena mengandung unsur-unsur yang lengkap, termasuk peran media dalam proses tersebut (Morissan, 2013:10).

Menurut teori ini, ada lima unsur kunci dalam proses komunikasi: komunikator atau pemberi pesan (*who*), pesan atau konten yang disampaikan (*what*), media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan (*channel*), komunikan atau penerima pesan (*whom*), serta efek atau tujuan dari komunikasi tersebut (*effect*). Teori ini membantu kita memahami bagaimana informasi disampaikan melalui media massa, siapa yang mempengaruhi siapa, dan apa efeknya pada audiens atau penerima pesan.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah dasar pemikiran dari penelitian yang dilakukan dari dasar fakta-fakta, observasi, dan kajian pustaka. Dalam konteks ini, peneliti akan membuat sebuah penjelasan terstruktur dengan mengombinasikan teori dengan fenomena yang sedang diteliti.

Persepsi dapat diartikan sebagai respons langsung terhadap pengalaman atau proses pemahaman seseorang terhadap beberapa hal melalui indra. Dalam kamus besar psikologi, persepsi dijelaskan sebagai proses dimana seseorang mengamati lingkungan sekitarnya dengan menggunakan indra yang tersedia sehingga ia menjadi sadar akan segala hal yang ada di sekitarnya.

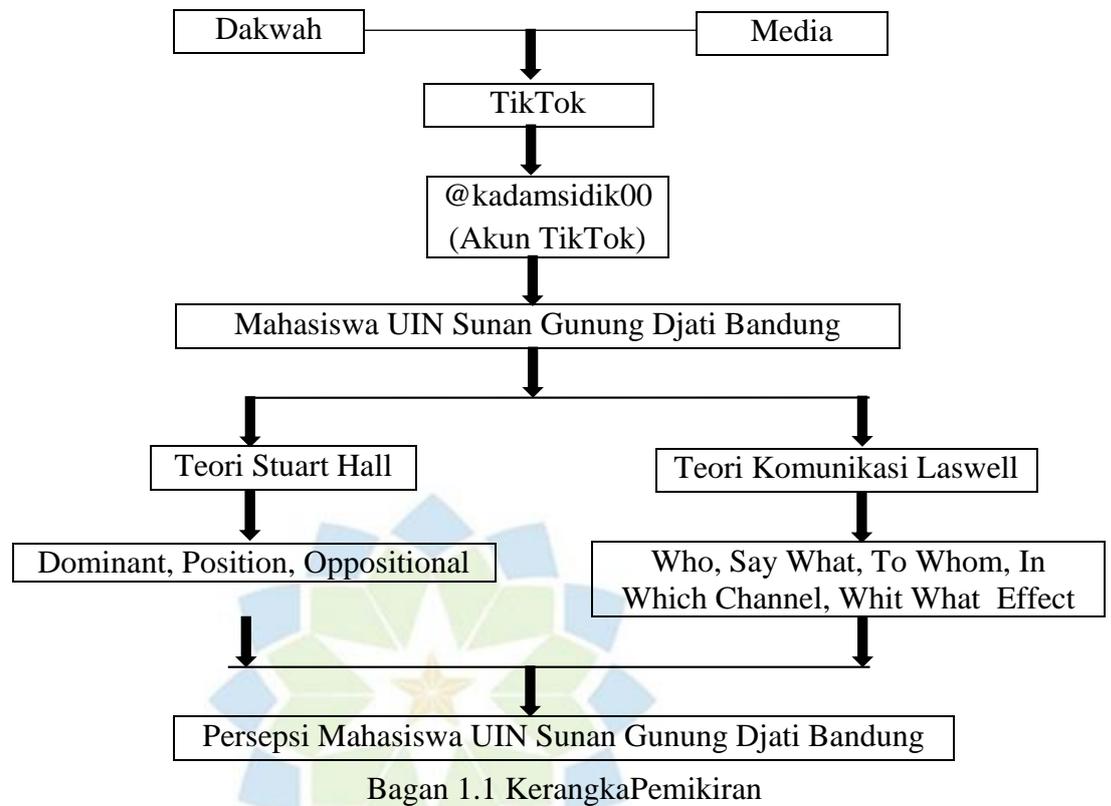
Mahasiswa dapat diartikan sebagai individu yang sedang menempuh pendidikan tinggi di universitas, baik itu universitas negeri maupun swasta atau lembaga pendidikan setara universitas. Mahasiswa dianggap memiliki tingkat kecerdasan dan intelektualitas yang tinggi, serta mampu berpikir kritis dan memiliki kemampuan merencanakan tindakan dengan baik. Kemampuan untuk berpikir kritis dan bertindak cepat dan tepat merupakan sifat yang umumnya dimiliki oleh mahasiswa, dan prinsip-prinsip ini saling melengkapi satu sama lain.

Konten dakwah merujuk pada pesan atau materi yang disampaikan oleh seorang pendakwah kepada audiensnya melalui berbagai media, seperti media cetak, elektronik, ceramah, atau diskusi. Pesan dakwah tersebut dapat berisi ajaran agama, moralitas, nilai-nilai kebaikan, dan pengetahuan tentang Islam yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang benar dan mendorong perubahan positif dalam perilaku dan pandangan hidup masyarakat. Konten dakwah dapat berupa tulisan, gambar, suara, atau video yang diproduksi dengan baik dan menarik untuk memudahkan pemahaman dan penerimaan pesan oleh audiens.

Berhutang adalah situasi ketika seseorang meminjam uang atau sumber daya lain dari pihak lain dan berjanji untuk mengembalikannya dalam waktu yang ditentukan, seringkali dengan biaya tambahan seperti bunga atau biaya administrasi. Biasanya, hutang dibuat melalui kesepakatan tertulis atau lisan antara peminjam dan pemberi pinjaman

yang menentukan jumlah hutang, bunga, jangka waktu pengembalian, dan syarat-syarat lainnya yang terkait. Dalam konteks keuangan, berhutang bisa dianggap sebagai opsi untuk memperoleh dana atau modal guna membiayai kebutuhan yang tidak bisa ditutup oleh penghasilan atau aset yang dimiliki. Namun, berhutang juga memiliki risiko dan konsekuensi tertentu, seperti membayar bunga dan denda jika tidak mampu mengembalikan hutang tepat waktu.

Media sosial adalah sebuah sarana atau platform online yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, berbagi, dan mengonsumsi konten dalam berbagai bentuk seperti teks, gambar, dan video. Pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui tindakan sosial seperti komentar, pesan, atau opsi lainnya. Platform media sosial ini berbasis internet dan dapat diakses melalui berbagai perangkat elektronik seperti komputer, smartphone, atau tablet. Contoh populer dari platform media sosial termasuk Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan YouTube. Kemunculan media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi dengan orang lain secara global, dan mempengaruhi budaya dan kehidupan sosial manusia dengan signifikan.



G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Bandung karena fokus penelitian ini ditunjukkan kepada mahasiswa-mahasiswa yang terdapat di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan memberikan deskripsi yang realistis, aktual, dan faktual mengenai fenomena yang diteliti. Metode ini digunakan untuk merumuskan fakta-fakta yang akurat, menjelaskan serta menguji

sebuah permasalahan, serta membuat prediksi yang dapat membantu memecahkan permasalahan atau menyimpulkan hasil penelitian secara sistematis.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Dalam paradigma konstruktivisme, realitas sosial dipandang sebagai hasil dari konstruksi sosial, dan kebenarannya bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini didasarkan pada perspektif interpretivisme, yang dapat dibagi menjadi tiga jenis: interaksi simbolik, fenomenologis, dan hermeneutik. Konstruktivisme merupakan suatu kritik terhadap paradigma positivisme dalam ilmu sosial.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, yang digambarkan oleh Creswell (2010: 260) sebagai pendekatan studi untuk menggali dan memahami fenomena inti. Dalam pendekatan ini, peneliti melakukan wawancara dengan partisipan studi dan mengajukan pertanyaan yang terbuka dan umum, untuk memahami fenomena tersebut secara lebih mendalam.

Data yang dikumpulkan dari partisipan umumnya berupa kata-kata atau teks, yang kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil analisis dapat berupa penjelasan atau pemahaman yang lebih baik tentang fenomena tersebut, atau dapat menyoroti topik-topik penting yang

muncul dari data. Peneliti juga membuat interpretasi dari data untuk menangkap makna yang lebih dalam dan komprehensif.

4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, di mana data tersebut disajikan dalam bentuk verbal dan fokusnya bukan pada angka atau nilai untuk mengukur suatu variabel. Pengumpulan data dilakukan melalui dua cara, yaitu data primer dan data sekunder, tergantung pada sumber data yang digunakan.

Data primer dihasilkan dari sumber yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui wawancara atau observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti literatur atau dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Setelah data dikumpulkan, peneliti kemudian melakukan analisis untuk mengekstraksi makna dan informasi penting yang terkandung dalam data tersebut.

a) Data Primer

Data primer merujuk pada sumber data langsung dari narasumber utama, yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan yang terlibat dalam penelitian. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih adalah mahasiswa perguruan tinggi di Kota Bandung. Peneliti menetapkan kriteria untuk memilih informan, salah satunya adalah mahasiswa dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

b) Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan sebagai sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber utama penelitian. Sumber data ini biasanya merupakan data pendukung yang diperoleh dari dokumentasi atau sumber lain yang terkait. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan diperoleh dari masyarakat umum.

5. Informan atau Unit Analisis

Penelitian ini akan dilakukan dengan menentukan informan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian tentang akurasi dakwah di media sosial TikTok. Penelitian ini akan mengumpulkan persepsi dari 10 orang mahasiswa yang berkuliah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, langkah-langkah kritis harus dilakukan untuk mencapai hasil yang baik. Salah satu langkah kritis yang penting dalam penelitian adalah pengumpulan data. Tanpa pengumpulan data yang baik, maka penelitian tidak dapat dilakukan dengan cara yang tepat dan tidak dapat mencapai tujuannya. Oleh karena itu, peneliti perlu menggunakan metode yang sesuai, seperti yang dijelaskan berikut ini:

a) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau tidak langsung terhadap subjek penelitian, yang kemudian diuraikan dalam bentuk notasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi tidak langsung dengan mengumpulkan data melalui video pada akun TikTok. Peneliti melakukan pengamatan terhadap penilaian mahasiswa terhadap video yang diunggah oleh Husain dalam akun TikTok @kadamsidik00. Observasi yang dilakukan oleh peneliti tidak langsung, artinya pengamatan tidak dilakukan pada saat kejadian terjadi. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dalam dua bentuk, yaitu interaksi dan percakapan antara peneliti dan informan untuk mendapatkan hasil yang akurat.

b) Wawancara

Dalam tahap pengumpulan data, wawancara mendalam digunakan sebagai bagian dari penelitian pendahuluan untuk menentukan pertanyaan penelitian yang akan digunakan. Wawancara merupakan bentuk percakapan antara satu atau dua orang, di mana informasi dan ide-ide ditukar dengan menggunakan format tanya-jawab untuk mendapatkan informasi yang akurat. Dalam penelitian ini, metode wawancara digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data tentang bagaimana mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung mempersepsikan konten tentang hutang pada akun TikTok. Proses

wawancara sendiri dilakukan oleh peneliti dengan memberikan pertanyaan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.

c) Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi merupakan sebuah metode dalam penelitian yang mengacu pada proses mencari dan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti buku, laporan, artikel internet, dan lain sebagainya. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data dalam bentuk teks, gambar, atau karya cipta yang dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi tentang profil, sejarah, tujuan, dan gambaran umum mengenai topik yang sedang diteliti.

7. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, digunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber. Triangulasi sumber, seperti yang dijelaskan oleh Bachri (2010: 55), adalah suatu proses yang melibatkan perbandingan dan pengecekan ulang terhadap kebenaran suatu informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk memastikan konsistensi dan validitas data yang diperoleh, seperti membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan informasi yang diperoleh secara umum dengan informasi yang diperoleh secara pribadi, dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan melakukan triangulasi sumber untuk melengkapi data sehingga menjadi dasar validasi dan penarikan kesimpulan dari sumber yang berbeda. Teknik ini dekat dengan penelitian yang dilakukan, yang berarti menggunakan berbagai sumber dan menggunakan beberapa metode pengumpulan data (wawancara, observasi, dokumentasi) untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya dan gambaran informasi yang lengkap dari siswa tentang persepsi mereka terhadap akun media sosial TikTok.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis untuk mengeksplorasi dan menyusun data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, catatan lapangan, atau dokumentasi. Langkah-langkah analisis data meliputi pengorganisasian data ke dalam kategori, penjabaran ke dalam unit-unit, sintesis, identifikasi pola, penentuan kepentingan dan relevansi data, serta menyusun kesimpulan agar data dapat dipahami oleh orang lain. Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data berbeda dengan penelitian kuantitatif, karena penelitian kuantitatif menggunakan teknik data yang sudah ditentukan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis.

Dalam penelitian ini, proses analisis data dapat dilakukan dengan mudah untuk mempresentasikan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Peneliti menggunakan teknik analisis data dengan menerapkan model interaksi Miles dan Huberman yang digunakan dalam penelitian

kualitatif (Sugiyono, 2014: 20). Menurut penjelasan Sugiyono, dalam penelitian kualitatif, analisis data harus dilakukan secara interaktif dan terus-menerus hingga selesai. Proses analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

a) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Terkadang data yang diperoleh dari lapangan terlalu banyak dan terperinci. Reduksi data dapat dianggap sebagai cara untuk fokus pada hal-hal yang paling penting, memilih yang dominan, dan mencari fitur dan pola dalam data tersebut.

b) Penyajian Data (*Display Data*)

Tahap ini bertujuan untuk menemukan pola semantik dari kata-kata yang diperoleh. Karena informasi yang diperoleh dari penelitian kualitatif bersifat beragam dan kompleks, penyajian data itu sendiri sangat penting. Dengan menyajikan data dengan baik, data dapat tertata dan terstruktur dalam pola yang konsisten. Penyajian data membantu peneliti memahami apa yang terjadi dan membantu merencanakan tindakan selanjutnya.

c) Menarik Kesimpulan (*Verification*)

Tahap terakhir dalam analisis data kualitatif adalah membuat kesimpulan dan memvalidasinya. Tahap ini berguna untuk mengevaluasi hasil analisis data setelah proses pengumpulan selesai. Kesimpulan awal yang dihasilkan masih bersifat tentatif, sehingga

tanpa bukti yang kuat untuk mendukungnya, kesimpulan tersebut masih dapat berubah. Namun, jika kesimpulan awal tersebut didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap dapat dipercaya.

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan mungkin dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan sejak awal, namun juga mungkin tidak. Pada tahap ini, dihasilkan kesimpulan yang bersifat umum, dan peneliti perlu mempersempit atau menguatkan kesimpulan awal menjadi kesimpulan akhir yang lebih spesifik.

