BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, teknologi komunikasi mengalami perkembangan pesat. Teknologi merupakan alat untuk mempermudah masyarakat dalam proses komunikasi. Sedangkan komunikasi yaitu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung (melalui lisan), maupun tak langsung (melalui media).[1] Tidak hanya itu, teknologi juga memungkinkan industri media untuk memproduksi media yang lebih beragam, kondisi ini dapat dilihat dari konvergensi media yang tidak hanya dalam bentuk cetak semata, tetapi juga khalayak bisa menemukan media yang sama dalam bentuk elektronik. Artinya media saat ini tidak hanya banyak dari sisi jumlah, tetapi juga khalayak diberikan pilihan untuk mengonsumsi melalui jenis medianya yang beragam, mulai dari cetak, audio, visual, audio visual, hingga online.[2]

UIN IMAM BONJOL PADANG

Jika media selama ini merupakan pusat informasi, dan informasi itu diberikan atau dipublikasikan dengan satu arah, kini media lebih interaktif. Khalayak tidak lagi sekedar objek yang terpapar oleh informasi, tetapi khalayak telah dilibatkan lebih aktif karena teknologi menyebabkan interaksi di media

[1]Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2008), h. 5

[2]Rusli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber, (*Jakarta: Prenada Media Group, 2014), h. 1

bisa terjadi. Tentu saja kenyataan ini membawa perubahan pada sisi khalayak, terutama kepuasan terhadap informasi yang didapat. Penanda dari ciri media baru bisa dilihat dari munculnya media siber atau dalam jaringan yang disebut dengan internet. Internet memberikan pilihan terhadap khalayak tidak hanya dalam mencari dan mengonsumsi informasi semata, tetapi masyarakat juga bisa memproduksi informasi tersebut.[3]

Menurut data Nielsen Company, 78% masyarakat Indonesia menggunakan *smartphone*. Sedangkan 47% adalah pengguna aktif internet yang didominasi oleh generasi millenial.[4] Hal ini banyak tantangan yang dihadapi oleh pengguna media dalam perkembangan teknologi komunikasi tersebut. Begitu derasnya arus informasi melalui media sosial seakan-akan dunia ini menjadi begitu sempit, karena dunia sudah tidak ada lagi pembatas antara ruang dan waktu. Satu sisi tentu bisa menjadi yang sangat baik, namun di sisi lain juga merupakan tantangan yang berat bagi masa depan dakwah Islam.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Menjadi *da'i* juga diharapkan mampu *mengupgrade* kemampuannya dalam menguasai teknologi terutama media internet, karena internet menjadi media yang sangat efektif dalam transformasi ajaran Islam (pesan dakwah).[5] Pesan-pesan dakwah lebih mudah diterima generasi millenial yang serba

---

[3]*Ibid.*, h. 2

[4]Panjimas.com, *Dakwah Zaman Now, Para Da'i Perlu Dibekali Pelatihan Video Editing* diakses pada tanggal 10 April 2019 dari https://www.panjimas.com/news/2018/11/08/dakwah-zaman-now-para-dai-perlu-dibekali-pelatihan-video-editing/.

[5]Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2013), h. 110

menginginkan instan. Maka, para *da'i* tentu dituntut untuk lebih kreatif dalam menciptakan inovasi dakwah melalui media sosial.

Sebagai landasan filosofis Allah SWT mengatakan dalam surah Ali-Imran ayat 104 bahwa beruntunglah bagi pengemban dakwah yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah yang *mungkar.*

وَلۡتَكُن مِّنكُمۡ أُمَّةٞ يَدۡعُونَ إِلَى ٱلۡخَيۡرِ وَيَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِۚ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡمُفۡلِحُونَ ١٠٤

> "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma´ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung." (Q.S. Ali-Imran : 104)

Dari firman Allah SWT tersebut dapat diambil pengertian bahwa tugas dakwah ini menuntut umat Islam untuk berdakwah, setelah masing-masing berusaha memperbaiki diri sendiri, agar memikirkan nasib orang lain dan bertanggung jawab untuk memperbaiki dirinya menuju ke jalan agama Allah SWT. *Amr ma'ruf* berarti menyeru dan mendorong orang-orang untuk melakukan perbuatan baik yang diperintahkan oleh Allah SWT. Sedangkan *nahy munkar* berarti mencegah atau menghalangi timbulnya perbuatan yang terlarang oleh agama Islam. *Amr ma'ruf* dan *nahy mungkar* inilah yang menjadi pesan dakwah.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Pesan dakwah merupakan salah satu unsur terpenting dalam berdakwah. Penting bagi seorang *da'i* terampil menguasai cara berdakwah.[6] Dengan munculnya media sosial memudahkan *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah tersebut. Salah satu jenis media sosial yaitu pada aplikasi pesan instan *Whatsapp. Whatsapp* merupakan salah satu aplikasi internet yang dapat digunakan untuk mengirim *file*, tulisan, gambar, video dan obrolan online. *Whatsapp* dapat difungsikan kapanpun dan dimanapun dengan orang yang juga mempunyai aplikasi tersebut.[7]

Dewasa ini *Whatsapp* juga sering dimanfaatkan oleh berbagai kalangan sebagai media dakwah, di antaranya dengan memberi kemudahan penyampaian kajian Islam dengan memberikan ruang pembaca untuk berkomentar sehingga dakwah Islam berjalan dengan baik dan efektif. Alquran merupakan sumber informasi Allah kepada umat manusia. Oleh karena itu sudah selayaknya umat Islam memiliki tugas menginformasikan pesan-pesan di dalam Alquran kepada sesamannya terutama saat menggunakan media.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Dalam penggunaan media perlu adanya antisipasi juga dampak negatif media-media informasi tersebut.[8] Oleh sebab itu media juga memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap khalayak, hal ini merupakan sebuah tantangan bagi pengguna untuk memiliki kemampuan terhadap literasi media.

---

[6]Asep Mahyuddin dkk, *Kajian Dakwah Multiperspektif Teori, Metodologi, Problem, Dan Aplikasi,* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset), h. 219

[7]Jumiatmoko, *Whatsapp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat Dan Adab*, Jurnal, diakses pada tanggal 05 April 2019 dari http://journal.walisongo.ac.id/index.php/wahana/article/view/872/0.

[8]Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta : Amzah, 2009), h. XIV

Literasi tidak hanya sebatas kemampuan baca maupun tulis seseorang, menurut pakar komunikasi Paul Messaris, literasi media yaitu pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat.[9] Sedangkan menurut Aspen (Dalam *Media Literacy Leadership Institute*, 1992), literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, meneliti, mengevaluasi dan menciptakan media di dalam bermacam wujud yang berlian dengan kemampuan tiap-tiap individu dalam beragam tahapan aktivitas literasi media.[10] Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa fokus utamanya berkaitan dengan isi pesan media.

Permasalahan yang ada adalah seiring dengan derasnya arus informasi media, masyarakat pun dibuat kebingungan dan tidak mampu memilah, menyeleksi, serta memanfaatkan informasi yang sudah mereka peroleh. Hal ini perlu adanya gerakan literasi media yaitu bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan keterampilan untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain terutama dalam penggunaan aplikasi *Whatsapp*.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Aplikasi *Whatsapp* sudah marak dipakai untuk berkomunikasi dan menjadi salah satu media komunikasi yang banyak digunakan oleh mahasiswa saat ini. Mahasiswa sebagai kaum intelektual dan pembawa perubahan

---

[9]Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada), h. 7

[10]Herman, *Pengertian Literasi Media*, diakses pada Senin 22 April 2019. Dari https://pakarkomunikasi.com/literasi-media.

(*agent of change*) sesuai dengan poin ketiga dari Tridharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian, yang nantinya akan mengabdikan dirinya bagi masyarakat, bangsa dan negara. Oleh sebab itu, sudah selayaknya mahasiswa memiliki konsep literasi media yang baik dalam menghadapi tantangan perkembangan media massa sehingga dapat memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat.

Dalam penggunaan aplikasi *Whatsapp* terutama bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang selayaknya mereka mampu memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana komunikasi, penyebar informasi positif dan sebagai media dakwah. Mahasiswa KPI tentu dapat menerapkan apa yang sudah dipelajari khususnya menyampaikan pesan dakwah. Melalui hal tersebut setidaknya Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang menjadi sosok yang taat pada perintah Allah SWT sebagaimana Allah firmankan dalam surah Ali-Imran ayat 104 seperti penulis paparkan sebelumnya. Mahasiswa KPI telah memanfaatkan waktunya untuk menggali Ilmu Dakwah sesuai dengan kurikulum yang ditetapkan oleh Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Dalam hal ini, berkaitan dengan visi dan misi Jurusan KPI. Visi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah menjadi Lembaga Pendidikan Tinggi yang berdaya saing tinggi, dan berorientasi kepada nilai-nilai sosial ajaran Islam serta menghasilkan ahli dakwah di bidang retorika dan komunikasi baik cetak maupun elektronik. Sedangkan misi KPI yaitu memberikan bekal keislaman kepada mahasiswa agar

UIN IMAM BONJOL
PADANG

mampu mentraformasikan nilai-nilai keislaman dalam realitas kehidupan masyarakat dan menjadi pelopor bagi dinamisasi keilmuan dan teknologi. Kemudian memberikan bekal keilmuan Dakwah, Retorika, dan Komunikasi agar mampu menjadi motivator dan dinamisator masyarakat secara bijak, santun dan komunikatif, baik melalui media cetak maupun elektronik.

Dalam berdakwah, mahasiswa perlu memahami literasi terhadap pesan-pesan dakwah. Sebagai contoh saat mahasiswa telah mengikuti sebuah kajian atau membaca beberapa buku tentang ajaran Islam, kemudian mereka bagikan pesan tersebut kepada orang lain melalui *Whatsapp,* namun pesan yang disebarkan tersebut tidak mencantumkan referensinya, begitu juga dengan penerima apabila mendapatkan pesan-pesan dakwah melalui *Whatsapp* mereka tidak menelusuri kembali *kesahihan* pesan-pesan dakwah tersebut baik yang bersumber dari Alquran maupun hadis Nabi Muhammad SAW.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Untuk mengetahui bagaimana perilaku bermedia mahasiswa, penulis melakukan eksperimen pada Mahasiswa KPI angkatan 2015 tahun ajaran 2018/2019. Mahasiswa tersebut berstatus aktif kuliah sebanyak 93 orang. Seluruh mahasiswa ini adalah pengguna *smartphone* dan memiliki aplikasi *Whatsapp*, mereka ikut dalam grup *Whatsapp* KPI 2015.

Eksperimen yang penulis lakukan adalah dengan cara mengirimkan pesan dakwah ke grup *Whatsapp* KPI 2015 dan melakukan pantauan pada fitur info tersebut, berikut pesan *Whatsapp* yang penulis kirimkan (Gambar 1.1).

Gambar 1.1
Eksperimen pesan dakwah pada grup KPI 2015

Eksperimen ini dilakukan tepat pada Selasa 21 Mei 2019 pukul 19:16 WIB sampai Rabu 22 Mei 2019 pukul 09:37. Pesan tersebut dilihat oleh 87 orang, 2 peserta yang belum melihat, dan 4 peserta yang belum masuk pesan tersebut. Penulis melakukan wawancara secara random kepada 3 peserta yang melihat isi pesan dakwah yaitu MFA, FAH dan SY. MFA dan FAH hanya melihat pesan dan tidak membaca. Sedangkan SY ia membaca pesan tersebut namun tidak melakukan *cross check* terhadap sumbernya.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Untuk kasus kedua seorang mahasiswa RR mengirimkan pesan dakwah kepada penulis pada 18 April 2019 pukul 16:46 WIB (Gambar 1.2).

Gambar 1.2
Contoh pesan dakwah yang tidak memiliki sumber penulis dan ayat atau hadis

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Isi pesan di atas tidak memiliki sumber, identitas pengirim pesan dan terdapat imbalan dalam mengirimkan pesan tersebut. Kemudian penulis mewawancarai RR bahwa ia tidak meneliti kembali isi pesan tersebut sebelum mengirimnya kepada orang lain. Dari dua kasus tersebut bahwa Mahasiswa KPI 2015 masih kurang memiliki kemampuan terhadap literasi bermedia khususnya pada pesan dakwah, sehingga penting diteliti untuk mengetahui sejauhmana tingkat literasi bermedia Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Mereka juga telah mempelajari literasi media yang seharusnya dapat memunculkan

sebuah tekad untuk mengoptimalisasikan ruang-ruang siber bagi kepentingan dakwah, salah satu yang dapat diupayakan adalah literasi media.

European Commission pada tahun 2009 mengeluarkan *framework* (kerangka) sebagai indikator yang dapat mengukur tingkat kemampuan mereka untuk menyaring dan menjadikannya sebuah rujukan. Hal ini membutuhkan suatu kemamapuan individu atau *individual competence*, yakni suatu kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media, penelitian ini ingin melihat sejauhmana kemampuan mahasiswa dalam melakukan *personal competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten-konten media, serta *social competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial lewat media serta mampu memproduksi konten media.

Indikator tersebut akan penulis hubungkan dengan Ilmu Dakwah yaitu kemampuan dalam menggunakan media dakwah. Sebagai Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tentunya mampu menggunakan media dakwah, kemudian dalam mengkritisi pesan dakwah serta mampu mengkomunikasikan dan memproduksi konten dakwah. Dengan penjelasan tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang : Tingkat Literasi Media Mahasiswa terhadap Pesan Dakwah melalui Media Sosial *Whatsapp* (Studi pada Mahasiswa

UIN IMAM BONJOL
PADANG

[11]*European Commision*, *Study On Assessment Criteria For Media Literacy Level*, Brussels, 2009, h. 7

Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana tingkat literasi media mahasiswa terhadap pesan dakwah melalui media sosial *Whatsapp* pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang?"

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, perlu adanya batasan masalah. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

UIN IMAM BONJOL
PADANG

1. Tingkat kemampuan Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang dalam menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai media dakwah (*Technical Skills*).
2. Tingkat pemahaman dan berpikir kritis Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang terhadap pesan-pesan dakwah melalui *Whatsapp* (*Critical Understanding*).
3. Partisipasi Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang dalam membuat dan mempublikasikan pesan-pesan dakwah melalui *Whatsapp* (*Communicative Abilities*).

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan tingkat kemampuan Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang dalam menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai media dakwah.
2. Untuk mendeskripsikan tingkat pemahaman dan berpikir kritis Mahasiswa KPI UIN Imam Bonjol Padang terhadap pesan-pesan dakwah melalui *Whatsapp*.
3. Untuk mengetahui partisipasi mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam membuat dan mempublikasikan pesan-pesan dakwah melalui *Whatsapp*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemikiran Ilmu Dakwah terutama di bidang penyiaran dakwah melalui internet khususnya lewat Aplikasi *Whatsapp*. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa sebagai literatur untuk mengembangkan penelitian di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan peneliti tentang Ilmu Dakwah dan pemanfaatan teknologi informasi *Whatsapp* sebagai media dakwah.

UIN IMAM BONJOL PADANG

b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dan pengguna *Whatsapp* supaya lebih kritis dan kreatif memproduksi konten dakwah.

c. Penelitian ini bisa menjadi peluang dan mengembangkan kreatifitas sehingga dakwah yang disampaikan dan dikemas dengan menarik memanfaatkan fasilitas sesuai perkembangan zaman. Dengan demikian, dakwah akan diterima masyarakat.

F. Penjelasan Judul

Literasi Media : Literasi media yaitu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan-pesan dalam berbagai bentuknya.[12]

Pesan Dakwah : Pesan dakwah dalam bahasa Arab disebut *Maddah al-dakwah* yaitu informasi yang meliputi bidang akidah, syariah (ibadah dan mu'amalah) dan akhlak.

Whatsapp : Aplikasi pesan untuk ponsel cerdas (*smartphone*) jika dilihat dari fungsinya *Whatsapp* hampir sama dengan aplikasi SMS yang biasa digunakan pada ponsel lama. Tetapi *Whatsapp* tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet.

Jadi, yang penulis maksud dalam judul ini yaitu dalam menggunakan aplikasi *Whatsapp* penulis ingin melihat tingkat kemampuan Mahasiswa KPI

UIN IMAM BONJOL PADANG

[12]Elvinaro Ardianto dkk, *Komunikasi Massa*, (Bandung : Refika Offset, 2007), h. 215

UIN Imam Bonjol Padang yaitu dalam menggunakan aplikasi pesan instan sebagai media dakwah baik memahami, mengkritisi, mengkomunikasikan serta memproduksi pesan-pesan dakwah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Bagian awal mencakup halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, abstrak, kata pengantar, daftar isi dan daftar lampiran. Adapun bagian utama meliputi :

BAB I PENDAHULUAN : Mencakup latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul. Sedangkan bagian akhir dari pendahuluan ini adalah sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI : Bab ini, memuat tujuh sub bab yaitu sub bab pertama mengenai literasi media. Kedua mengenai kompetensi literasi media. Sub bab ketiga mengenai pesan dakwah. Sub bab keempat media sosial. Sub bab kelima mengenai kajian

UIN IMAM BONJOL PADANG

hasil penelitian yang relevan, sub bab keenam mengenai kerangka pemikiran. Dan yang terakhir mengenai hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN: Bab ini memuat tempat dan wkatu penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Bab ini terdiri dari deskripsi Jurusan KPI UIN Imam Bonjol Padang, kemudian menguraikan analisis data mengenai literasi pesan dakwah melalui media *Whatsapp* pada Mahasiswa KPI dan menjawab tentang rumusan masalah yang ada didasarkan pada jawaban responden dari kuesioner penelitian.

BAB V PENUTUP : Dalam bab ini peneliti menyimpulkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis bab empat kemudian dirangkai dengan penutup, penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.

UIN IMAM BONJOL PADANG