

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era makin maju, pergaulan kaum remaja bertambah bebas. Tidak dapat dipungkiri bahwa pergaulan remaja saat ini cenderung melebihi batas, bahkan dapat berdampak buruk bagi perkembangannya. Dampak yang hingga ini terus menjadi sorotan dan permasalahan serius di Indonesia dari tahun ke tahun yaitu kasus kenakalan remaja. Dilansir dari Republika krisis moral pada generasi muda yang menimbulkan perilaku menyimpang telah menjadi sesuatu yang biasa di Indonesia. Fenomena tersebut dibuktikan dari Unicef di 2016 yang menampilkan anarkisme di kalangan remaja Indonesia termasuk tinggi yaitu hingga 50% (Alamsyah, 2019, hlm. 1).

Perilaku menyimpang dapat berupa perbuatan amoral dan anti sosial. Contohnya seperti seperti sex bebas, pornografi, narkoba, kriminal dan masih banyak lagi. Dilansir dari Badan Narkotika Nasional tahun 2019 pengguna narkoba di kalangan remaja mengalami peningkatan sebesar 24 hingga 28 persen (Puslitdatin, 2019, hlm. 1). Berdasarkan data tersebut, membuktikan bahwa masih perlu adanya tindakan untuk mencegah kenakalan remaja yang terus terjadi. Tujuannya agar dapat menciptakan generasi yang diharapkan oleh bangsa dan negara.

Kenakalan remaja merupakan sebuah kegagalan dalam melalui proses perkembangan kontrol diri dalam bertingkah laku (Santrock, 2003, hlm. 524). Hal tersebut terjadi karena dinilai sesuai dengan masa perkembangan dan emosinya. Masa remaja adalah fase seseorang mencari dan membentuk jati diri dalam kehidupannya. Menurut Hall masa remaja merupakan masa topan dan badai, yaitu

dimana seseorang dihadapkan dengan dua situasi, seperti penderitaan, kegoncangan, percintaan dan perlawanan dengan otoritas dewasa (Rusdiyanti et al., 2019, hlm. 15). Dari pernyataan tersebut nunjukkan bahwa pada masa remaja sangat perlu adanya suatu pengontrol diri untuk menghindari perilaku negatif. Karena apabila tidak dicegah, maka dapat merusak generasi bangsa di Indonesia. Dengan demikian fenomena meningkatnya kenakalan remaja perlu diteliti lebih lanjut.

Faktanya salah satu faktor yang masih terus dikaitkan pada fenomena kenakalan remaja yaitu tentang kedalaman agama yang dimiliki seseorang. Sebagaimana hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andisti & Ritandiyono (2008, hlm. 173) yaitu terdapat keterkaitan yang erat antara religiusitas seseorang dengan penyimpangan perilaku pada remaja. Sehingga Andisti & Ritandiyono mengasumsikan bahwa remaja yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, maka tingkat penyimpangan perilakunya pun semakin rendah. Sedangkan apabila tingkat religiusitas rendah, maka tingkat penyimpangan perilaku akan semakin tinggi. Hal tersebut juga diperkuat oleh asumsi Haden yang menyatakan bahwa agama merupakan faktor utama sosialisasi dan intelektual serta integritas dan orientasi praktis dalam menyelesaikan masalah termasuk masalah sosial (Armki dan Bahar, 1998, hlm. 293). Maka, dilihat dari fenomena kenakalan remaja yang terjadi dapat disimpulkan bahwa religiusitas pada remaja hingga saat ini di nilai masih rendah.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti akan menelaah pesan dakwah sebagai salah satu faktor yang dapat mendukung tumbuhnya sikap religiusitas pada remaja. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Syah (2020) berjudul Pengaruh Dakwah Media Sosial Youtube terhadap Religiusitas Remaja di MA. Al-Muhtadi Sendangagung, menghasilkan temuan hadirnya dampak melihat tayangan video ceramah di YouTube bagi kenaikan religiusitas remaja.

Penelitian ini salah satunya dibuat untuk mengembangkan penelitian terdahulu dengan merubah variabel (X) dari tayangan menjadi rancangan pesan. Thomson

menyatakan suatu pesan dapat lebih mudah diingat jika pesan tersebut disusun dengan baik (Rakhmat, 2008, hlm. 295). Pesan yang efektif meliputi empat unsur untuk dapat mempengaruhi, yaitu konten, susunan, bentuk dan asal pesan (Kotler et al., 2006). Alasan lainnya yaitu karena masih sedikit penelitian yang menelaah komunikasi dakwah dengan fokus pada rancangan pesan.

Lebih lanjut lagi, penelitian ini juga akan mengembangkan variabel (Y) dari penelitian sebelumnya yaitu tingkat religiusitas menjadi sikap religiusitas. Kerena sebelum terjadinya perilaku atau bertambahnya tingkat religiusitas pada seseorang pasti terbentuk perubahan sikap terlebih dahulu. Sikap ialah keinginan seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain tentang suatu objek tertentu di lingkungan sekitarnya sebagai metode berkomunikasi tentang objek yang bersangkutan (Mar'at, 2019, hlm. 12). Artinya dengan terbentuknya sikap akan mendorong individu untuk bertindak atau berperilaku. Oleh karena itu, remaja sangat membutuhkan pembentukan sikap religiusitas sebagai pengontrol diri guna menjauhi perilaku yang negatif.

Sikap religiusitas termasuk kedalam tiga unsur, yaitu unsur konatif dengan konsistensi keyakinan, elemen moral dengan batin serta elemen kognitif dengan perbuatan agama (Jalaluddin, 1996, hlm. 185). Sikap religiusitas juga sangat erat kaitannya dengan kehidupan seseorang, ia mengahayati dan menginternalisasikan keagamaan yang kemudian akan mempengaruhi segala tindakan dan pandangan hidupnya. Faktor yang dapat mempengaruhi perubahan sikap religiusitas individu salah satunya melalui kajian dakwah.

Kajian dakwah dapat mendorong seseorang untuk memiliki pemikiran serta sikap yang religius. Karena dakwah merupakan suatu ajakan yang berisi amar ma'ruf nah'I munkar (mengajak dalam kebaikan dan melarang/mencegah perbuatan keji) (Luth, 1999, hlm. 80). Pada hakikatnya seorang muslim sudah seharusnya saling mengingatkan kepada sesama mukmin, seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surah al-Hujurat ayat 10.

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya : Sesungguhnya orang-orang mukmin adalah bersaudara karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu dan bertakwalah kepada Allah supaya kamu mendapat rahmat

Artinya dakwah merupakan salah satu kegiatan dan proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk mengajak serta mengingatkan umat muslim agar taat pada ajaran agama. Tidak hanya dengan seruan tetapi juga dapat melalui bahasa, perbuatan serta kepribadian yang mulia.

Saat ini kegiatan dakwah terbagi menjadi dua cara, yaitu secara konvensional dan online. Namun faktanya seiring perkembangan zaman dan kecanggihan teknologi, banyak pesan dakwah yang disebar secara online termasuk di media sosial. Bahkan penyebaran dakwah melalui media sosial di Indonesia terus menjadi sorotan dalam beberapa tahun ini. Dikutip dari tempo.co dakwah secara konvensional mulai ditinggalkan dan dianggap kuno, terutama di kalangan remaja atau generasi milenial. Annazilli (2018, hlm. 28) menyatakan bahwa kini hampir seluruh masyarakat mencari kebenaran atau sumber hukum agamanya melalui media baru. Fenomena tersebut juga didukung oleh pemikiran dan perilaku remaja yang dikenal sebagai generasi yang serba ingin instan dan mudah. Sehingga media online menjadi suatu pilihan remaja untuk mencari ataupun berbagi pesan dakwah. Maka, dapat dipahami bahwa kini kegiatan dakwah online lebih menarik perhatian kaum remaja dibandingkan kegiatan dakwah konvensional.

Secara nyata media online yang masih sering digunakan sebagai alat komunikasi di kalangan remaja yaitu media sosial. Media sosial digunakan karena dinilai sebagai media komunikasi yang menyediakan informasi dengan akses yang mudah (Kostygina et al., 2019; Urvashi Singh & Dr. Manju, 2019). Terdapat berbagai macam media sosial yang bermunculan, diantaranya Instagram, YouTube, Facebook, Twitter dan yang lainnya. Namun Youtube masih menduduki urutan

pertama aplikasi video terbanyak dipakai warganet Indonesia. Berdasarkan We Are Social 2020, di Indonesia 88% dari jumlah populasi yang menggunakan media sosial YouTube (Riyanto, 2020, hlm. 1). Data tersebut telah membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sangat tertarik untuk mengakses media sosial YouTube dibandingkan yang lainnya.

Penyebaran pesan dengan menggunakan audio visual menjadi suatu ketertarikan publik karena dinilai lebih mudah dimengerti (Natalin, 2019, hlm. 1). Oleh karena itu banyak masyarakat yang menggunakan YouTube sebagai media yang diinginkan untuk mencari suatu pengetahuan baru yang dibutuhkan dengan menonton tayangan video. Maka YouTube dimanfaatkan oleh para da'i untuk digunakan sebagai sarana berdakwah. Hal tersebut juga berlandaskan dari penelitian Silvia et al (2019, hlm. 13) yang menyatakan bahwa content creator dituntut untuk memahami cara pemasaran yang dapat menarik perhatian khalayak muda. Seperti channel Shift Media yang menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial YouTube.

Shift Media merupakan kegiatan berdakwah kreatif dengan menyesuaikan selera anak muda yang berpusat di kota Bandung. Kegiatan dakwah tersebut didirikan oleh ustadz Tengku Hanan Attaki pada tahun 2015. Tujuannya yaitu ingin membangkitkan kecintaan para pemuda muslim masa kini terhadap agama islam. Berbeda dengan dakwah pada umumnya, Shift Media memiliki cara tersendiri untuk dapat menyampaikan pesan dakwahnya kepada anak muda. Contohnya membahas materi yang selaras dengan permasalahan kehidupan anak muda dan menggunakan Bahasa anak muda masa kini. Dalam pemilihan materi, Shift Media lebih mengangkat nilai dari pada simbol dengan melihat realita yang terjadi. Sehingga materi kajian dapat masuk dalam realita yang berlaku di kalangan anak muda. Contohnya, tema seputar permasalahan percintaan, sosial, keluarga, karir, hiburan dan yang lainnya. Selain itu juga Shift Media memilih sarana dakwah yang menyesuaikan dengan media yang digunakan oleh anak muda, yaitu media sosial.

Dari faktor-faktor tersebutlah Shift Media banyak digemari oleh remaja atau anak muda.



Gambar 1.1

Profile Channel YouTube Shift Media

Channel YouTube Shift Media dibuat pada 21 September 2017 dan hingga saat ini memiliki pengikut mencapai 469.000. Hal tersebut memperlihatkan bahwa Channel Shift Media menjadi akun yang diminati oleh khalayak sebagai sarana pencarian pengetahuan keagamaan. Selain itu juga, video dakwah Shift Media di YouTube menyajikan visualisasi yang terkesan yang lebih modern dibandingkan video dakwah lainnya. Sehingga menarik untuk di tonton dan pesan dakwah nya pun tetap sampai. Maka, hingga saat ini video yang diunggah di channel *Shift Media* telah di tonton oleh ratusan ribu hingga jutaan khalayak.

Tabel 1. 1
Video Dakwah Shift Media Paling Banyak Ditonton

Judul video	Tanggal unggah	Penonton
Ustadz Hanan Attaki – Ar- Rahman	30 September 2017	11,237,925
Ustadz Hanan Attaki - Kangen	7 Desember 2017	1,388,115
Ustadz Hanan Attaki - Sabar	12 April 2018	1,051,763

Sumber: www.youtube.com/c/ShiftMediaId

Berdasarkan pemaparan di atas, menjadi topik yang menarik bagi peneliti untuk menelaah bagaimana pesan dakwah Shift Media di YouTube dapat mempengaruhi Sikap Religiusitas Remaja. Responden kalangan remaja dipilih karena berdasarkan data UNICEF dan KEMENKOMINFO, The Berkman Center for Internet and Society, dan Universitas Harvard berpendapat terdapat 30 juta pemuda di Indonesia memakai internet reguler. Hal tersebut menampilkan bahwa setengah warganet Indonesia ialah pemuda (dari 72,7 juta) (Lukman, 2014, hlm. 1). Dipilihnya subscriber pada channel Shift Media, karena terdapat ratusan ribu khalayak yang mengikuti channel tersebut. Artinya banyak khalayak yang tertarik serta membutuhkan isi pesan dakwah dari channel tersebut. Oleh karena itu, subscriber remaja pada channel tersebut dipilih karena pada masa remaja perlu adanya pengendalian diri melalui pengetahuan keagamaan yang nantinya dapat direalisasikan dalam kehidupan.

Variabel (X) dalam penelitian ini yaitu pesan dakwah dan variabel (Y) yaitu sikap religiusitas remaja. Adapun teori dalam penelitian yaitu SOR (Stimulus, Organism, Response) yang berasumsikan bahwa teori SOR merupakan suatu komunikasi yang dapat menimbulkan reaksi tertentu atau pengaruh kepada

komunikasikan sesuai dengan pesan yang diterima. Elemen pada teori ini yaitu pesan, komunikasi, dan dampak (Effendy, 2003, hlm. 254).

Riset ini memakai metode yaitu korelasional berjenis penelitian tinjauan kuantitatif guna memecahkan analisis. Metode kuantitatif bisa dimaksudkan laksana metode berdasarkan filosofi positivis, dipakai guna menyelidiki populasi atau sampel orang, pengumpulan data melalui penggunaan instrumen penelitian, dan analisis data menggunakan metode kuantitatif/statistik bertujuan guna mengetes hipotesis yang diputuskan. (Sugiyono, 2016, hlm. 7).

Dari pembahasan diatas, maka penelitian ini di maksudkan guna melihat bagaimana pesan dakwah *channel YouTube Shift Media* mempengaruhi sikap religiusitas remaja. Dengan mengangkat judul **“Pesan Dakwah Shift Media Terhadap Sikap Religiusitas Remaja”**. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu *subscriber remaja channel YouTube Shift Media*.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

- 1.2.1 Apakah isi pesan dakwah Shift Media mempengaruhi sikap religiusitas remaja?
- 1.2.2 Apakah struktur pesan dakwah Shift Media mempengaruhi sikap religiusitas remaja?
- 1.2.3 Apakah format pesan dakwah Shift Media mempengaruhi sikap religiusitas remaja?
- 1.2.4 Apakah sumber pesan dakwah Shift Media mempengaruhi sikap religiusitas remaja?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah ditentukan, didapatkan tujuan dalam penelitian ini yaitu:

- 1.3.1 Menganalisis pengaruh isi pesan dakwah Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja

- 1.3.2 Menganalisis pengaruh struktur pesan dakwah Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja
- 1.3.3 Menganalisis pengaruh format pesan dakwah Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja
- 1.3.4 Menganalisis pengaruh sumber pesan dakwah Shift Media terhadap sikap religiusitas remaja

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Dilaksanakannya riset ini semoga bisa turut berkontribusi dalam menambah ruang keilmuan serta membantu mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan dakwah online melalui media sosial terutama YouTube dan sikap religiusitas remaja

1.4.2 Manfaat praktis

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan pembaca bisa mengaplikasikan cara baru dalam berdakwah, yaitu dakwah online. Selain itu juga pembaca dapat memberikan masukan kepada para da'i lainnya untuk berdakwah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

BAB I Pendahuluan: pada bagian ini menjabarkan fakta-fakta serta fenomena yang berkaitan sebagai alasan atau latar belakang penelitian dilakukan. Sub bab pada bagian ini termasuk latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi.

BAB II Kajian Pustaka: pada bagian ini menjabarkan berbagai dasar serta teori yang digunakan untuk menjadi dasar penelitian. Sub bab pada bagian ini yaitu landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, kerangka teoritis, paradigma penelitian serta hipotesis.

BAB III Metode Penelitian: pada bagian ini menjabarkan berbagai metode yang digunakan guna memperlancar penelitian agar mendapatkan hasil yang tepat. Sub bab di bagian ini termuat objek dan subjek, pendekatan penelitian, desain, populasi dan sampel, operasional variabel, teknik dan alat pengumpulan data, pengujian instrumen, prosedur, teknik analisis data, pengujian asumsi serta pengujian hipotesis.

BAB IV Temuan dan Pembahasan: Di bagian ini menjabarkan hasil dari olahan data dan analisis daya yang didapatkan. Dari hasil yang didapatkan kemudian akan menjawab rumusan masalah yang telah dibuat. Lebih lanjut lagi, hasil dari penelitian tersebut dirangkai menjadi pembahasan yang di dasari oleh pengujian hipotesis serta analisis data yang sudah dilaksanakan.

BAB V Simpulan, Implikasi dan Rekomendari: pada bagian ini, menjabarkan simpulan keseluruhan hasil riset yang sudah dilaksanakan. Sub bab pada bagian ini ialah simpulan, implikasi dan rekomendasi yang merujuk data pada penelitian.