

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial sekarang banyak diminati oleh segala kalangan, bahkan media sosial mampu menembus sifat individu yang mungkin sulit dilakukan oleh setiap personal. Frekuensi masyarakat luas dalam menggunakan media sosial pun lebih banyak ketimbang berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Apalagi aplikasi tiktok yang saat ini terus berkembang pesat eksistensinya di kalangan masyarakat, karena aplikasi ini dikemas dengan sangat sederhana namun sangat mudah untuk digunakan.

Fakta yang terjadi pada saat ini adalah remaja lebih memiliki waktu luang untuk menggunakan *gadget*, durasi penggunaan *gadget* oleh remaja bahkan mencapai lebih dari 10 jam perhari.¹ Salah satu aktivitas penggunaan *gadget* oleh remaja adalah mengakses tiktok.

Tiktok ini tidak hanya menampilkan foto saja, melainkan menampilkan video. Dengan adanya proses pembuatan video, tentunya mampu mengasah *skill* editing dan kreativitas masyarakat untuk ditampilkan ke layar media sosial dan dapat ditonton oleh jutaan masyarakat. Media penyampaian dalam aplikasi tiktok ini tentunya sangat menarik. Dengan adanya banyak fitur seperti *live*, *stitch*, komen, duet, dan fitur editing lainnya mampu menangkap secara langsung respon dari netizen. Dan sekarang ini banyak da'i muda yang memanfaatkan aplikasi tiktok sebagai media syiar dakwah, yang dikemas secara kreatif dan sederhana, menyenangkan, menarik, dan tidak monoton. Tentunya dengan cara yang berbeda sehingga tersampaikan secara rileks, menyenangkan dan mudah diterima oleh mad'u.

Dengan munculnya media sosial tidak lepas dari apa yang dibutuhkan oleh seseorang, maka seorang itu akan mencari atau mengekspos apa yang dibutuhkan demi memenuhi keinginan serta kebutuhan tersebut. Seperti adanya konten hiburan yang ada di sosial media seperti tiktok, adalah semata-mata untuk memenuhi kebutuhan emosi seseorang yang membutuhkan. Dengan banyak

¹ Aminah Asminingtyas, *Penggunaan Gadget Dan Pola Hidup Remaja (Studi Kasus Pada Keluarga Muda di RT 02 RW 01 Kelurahan Dinoyo Kota Malang*, Malang, 2020. Hal. 37. Tesis, <https://eprints.umm.ac.id/60825/>

fitur salah satunya tanda pagar atau *hashtag* (#), menggunakan tanda pagar (#) atau biasa disingkat dengan kata tagar, dalam bahasa kerennya disebut dengan *hashtag*. Konten kreator yang ada di tiktok banyak menggunakan *hashtag* dalam *caption* video. Unggahan video yang diunggah dalam akunnya, untuk meraih banyaknya *viewers* bahkan popularitas dengan menyantumkan *hashtag* yang sedang *hype* dikalangan masyarakat. Karena *hashtag* yang dicantumkan menjadi trend maka akan banyak pula pemintanya. *Hashtag* mampu mengelompokkan video yang mempunyai tema dan jenis yang serupa, apabila menyantumkan nama *hashtag* yang sama. Dengan adanya fitur ini tentunya sangat mempermudah netizen untuk mencari video yang diinginkan dengan jumlah yang banyak, hanya dengan mencari *hashtag* yang berkaitan dengan tema, judul, bahkan tokoh yang diinginkan.²

Dengan adanya kemudahan fitur *hashtag* tersebut, bukan tak mungkin untuk nama para da'i ada diantara *hashtag* yang ada, bahkan dengan adanya da'i muda yang mampu menjadikan remaja mudah untuk menerima dakwah lewat media. Banyak sekali *hashtag* yang menggunakan nama da'i muda, seperti Ustadz Husain Basyaiban dan Ustadz Agam Fachrul, serta masih banyak lagi da'i lainnya.³ Tentunya sangat menggugah rasa penasaran peneliti tentang apa yang melatar belakangi banyaknya video dakwah dalam *hashtag* tersebut, terlebih yang mengunggah video dalam *hashtag* tersebut mayoritas adalah netizen, bukan tokoh dakwah itu sendiri, melainkan netizen yang mungkin tertarik terhadap pesan dakwahannya atau tertarik dengan tokohnya.

Pada tanggal 01 Juni 2023 *hashtag* yang menggunakan nama Ustadz Agam Fachrul yaitu #Ustadzagamfachrul memiliki 51.6 M penayangan video yang banyak diunggah oleh netizen.⁴ Ustadz

² Mustofa, “ Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan”, *Libraria Jurnal Perpustakaan*, 7 no.1, (2019), hal. 3, diakses pada 25 Maret, 2023, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Libraria/article/view/4970>.

³ Mustofa, “ Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan”, *Libraria Jurnal Perpustakaan*. 7 no.1, (2019), hal. 3, diakses pada 25 Maret, 2023, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Libraria/article/view/4970>.

⁴<https://vt.tiktok.com/ZS84UYCx2/>

Agam Fachrul salah satu da'i muda yang menyebarkan dakwah melalui media sosial tiktok dengan membawakan narasi khas yang memikat banyak pemuda dan segala kalangan melalui akun tiktoknya yang memiliki nama atau username @heyouw Ustadz Agam sendiri mengajar di Al Huffazh Training and Education Centre yang merupakan Lembaga Pendidikan Islam yang menjadi wadah kaderisasi Generasi Qur'aniy sejak usia dini.⁵

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik tentang mengapa dan bagaimana netizen mengunggah video dengan #Ustadzagamfachrul di Tiktok, maka peneliti mengangkat judul penelitian **“PENGUNAAN #USTADZAGAMFACHRUL OLEH NETIZEN DI TIKTOK UNTUK MEMPERMUDAH PENCARIAN KONTEN KEISLAMAN”**

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini penulis akan berfokus pada bagaimana penggunaan #Ustadzagamfachrul oleh netizen di tiktok. *Hashtag* tersebut nampaknya banyak digunakan oleh pengguna tiktok untuk mencari konten keislaman.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah diuraikan di atas, dapat diambil rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana netizen di Tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul?
2. Mengapa netizen di Tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul?
3. Bagaimana #ustadzagamfachrul mempermudah pencarian konten keislaman?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diambil, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami bagaimana netizen di Tiktok menggunakan #Ustadzagammfachrul.
2. Menjelaskan mengapa netizen di Tiktok menggunakan #Ustadzagamfachrul.

⁵ Asep Budiman, <https://beritakbb.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-962205388/biodata-dan-profil-lengkap-ustadz-agam-fachrul-yang-populer-di-tiktok-ada-akun-instagram-dan-youtube-nya?page=2>, Portal Purwokerto, diakses tanggal 20 januari 2023.

3. Untuk menjelaskan bagaimana #Ustadzagamfachrul mempermudah pencarian konten keislaman.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis (akademis) diharapkan dapat menguji teori tentang penerapan *hashtag* dalam komunikasi dan penyiaran islam. Selain itu penelitian ini juga bermanfaat untuk mengembangkan teori *Uses and Gratifications* dalam penggunaan *hashtag*.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat secara praktis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi subjek penelitian yaitu netizen yang menggunakan #Ustadzagamfachrul. Mereka diharapkan bisa memanfaatkan penelitian ini sebagai kontribusi dalam memudahkan pencarian konten keislaman yang bersumber dari konten Ustadz Agam Fachrul.
- b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para pendakwah yang menggunakan media tiktok sebagai sarana penyebarannya. Mereka diharapkan dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai sarana memudahkan mad'u untuk mencari konten keislaman.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab. Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini akan memaparkan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua adalah kajian pustaka. Bab ini berisikan teori-teori yang terkait dengan judul, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab keempat adalah hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini menjelaskan mengenai gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Bagian akhir berisikan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.

