

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Diera sekarang media sosial sudah menjadi sebagian dari kebutuhan setiap manusia. Media sosial menjadi sarana bagi manusia guna mendapatkan informasi, hiburan dan lain sebagainya. Media sosial mempunyai daya tarik yang mengakibatkan penggunaannya menjadi fokus dalam hal-hal apapun. Seperti halnya kabar berita, konten edukasi, dan lain sebagainya. Sebagian besar manusia, terutama pengguna media sosial, perilaku dan gaya hidupnya akan dipengaruhi oleh *social judgement* atau penilaian sosial yang didapatnya melalui media sosial. Dengan beragamnya penilaian sosial yang diterima, maka hal tersebut juga akan berdampak pada cara hidup yang beragam pula.¹

Perkembangan didalam duniat teknologi pada sekrang ini, banyak media yang dapat digunakan para orang-orang muslimah untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, begitu dengan media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui jaringan internet. Media sosial merupakan media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten.² Secara umum media sosial memiliki fungsi bagi para kaum muslimah dalam penggunaannya sendiri. Di antaranya untuk membagikan pesan. Pesan yang dikirimkan dapat berisikan berita, gambar dan juga dalam bentuk video. Jika dahulu media sosial diakses melalui komputer, namun dengan kemajuan teknologi saat ini media sosial juga bisa diakses melalui smartphone. Hal seperti ini akan mempermudah masyarakat untuk bisa menggunakan media sosial dimanapun mereka berada.³

Saat ini konten video sudah banyak tersebar di media sosial diberbagai negara termasuk di Indonesia. Pertumbuhan

¹ Rino F. Boer dan Dionisius Lesmana, "Eksplorasi Faktor Beliefs Dan Attitudes: Kajian Terhadap Social Judgement Theory Di Era Media Digital", *Bricolage*, Vol 4, No 1, 2018, 51-63.

² I Gusti Agung Ayu Kade, *Media Sosial dan Demokrasi* (Yogyakarta: Penerbit PolGov, 2017), 15.

³ Susilowati, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram" *Jurnal Komunikasi*. Volume 9 No. 2, September 2018, 176-177

konten video sendiri dapat dengan mudah diunggah ke internet, hal ini didukung dengan kemajuan kecepatan internet. Banyak platform maupun aplikasi yang menyediakan dukungan pembuatan video dan dengan hal menarik pada pengguna smartphone. Salah satunya pada aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok. TikTok diluncurkan pada September 2016. TikTok adalah tempat terkemuka untuk video pendek ponsel. Misi dari aplikasi TikTok adalah untuk menginspirasi kreativitas dan memberi sukacita.⁴ Aplikasi tersebut membolehkan para pengguna untuk membuat video musik pendek mereka sendiri, tak hanya digemari oleh anak-anak kecil dan remaja kekinian saja, namun juga orang dewasa yang memerlukan hiburan.⁵

Melihat beberapa berita bahwa pada 3 Juli 2018 aplikasi TikTok pernah diblokir di Indonesia oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini. Terhitung sampai 3 Juli tersebut, yang masuk mencapai 2.853 laporan. Menurut Kemenkominfo banyak sekali konten tidak mendidik untuk anak-anak yang tentunya membawa pengaruh negatif. Namun dengan berbagai pertimbangan dan regulasi maka pada Agustus 2018 aplikasi TikTok ini dapat kembali diunduh. Salah satu regulasi yang ditengarai adalah batas usia pengguna, yaitu usia 11 tahun.⁶

Tahun 2020 sampai pada saat ini TikTok kembali populer namun sebaliknya, banyak konten mengandung hal-hal yang bernilai positif. Salah satunya adalah konten yang mengandung nilai dakwah. Dakwah berarti menyampaikan ajaran mengenai Islam kepada orang lain, hal ini bisa disampaikan secara personal ataupun kepada banyak orang. Hal yang disampaikan berupa melakukan hal-hal yang baik

⁴ <https://www.tiktok.com/about>, Diakses 18 Agustus 2022, 01:00.

⁵ Hariansyah, *Millenials Bukan Generasi Micin*, (Bandung: Guepedia Publisher, 2018), 17

⁶ Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, ISBN: 978-602-6779-21-2

dan mencegah dari segala sesuatu atau tindakan yang tidak disenangi oleh Allah Swt dan rasulnya (*amr ma'ruf nahi munkar*).⁷

Di Era saat ini, banyak pendakwah yang menggunakan TikTok sebagai media untuk menyampaikan kebaikan salah satunya Oki Setiana Dewi (OSD). Artis berhijab ini dikenal masyarakat setelah membintangi film Ketika Cinta Bertasbih pada 2008. Sukses, ia main kembali dalam Ketika Cinta Bertasbih Dua. Beberapa tahun terakhir OSD telah absen di dunia seni peran, memutuskan untuk fokus berdakwah dan mengembangkan pondok pesantren tahfidz yang didirikan bersama kedua adiknya, Shindy Kurnia Putri dan Ria Ricis. OSD lebih sering dikenal sebagai pendakwah, dikarenakan sering menjadi narasumber di televisi Islam Itu Indah yang disiarkan oleh Trans TV dan sering mengupload beberapa dakwahnya di media sosial seperti TikTok dengan tema-tema keIslaman.

Istilah gaya (*style*) dapat dilihat dari gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh, yang dimana retorika merupakan kegiatan untuk menarik perhatian orang lewat kemampuan berbicara, khususnya berbicara didepan umum, dengan demikian peran retorika sangat besar dalam menyampaikan informasi dan komunikasi. Demikian pula dalam menyampaikan pesan-pesan nilai keagamaan (Dakwah) diperlukan kemampuan retorika yang handal.⁸ Dasar strategi dakwah Islam gaya merupakan seorang penceramah yang sudah mendapatkan ciri khas tersebut ataupun divariasi agar audiens tidak merasa bosan. Gaya sendiri bisa meliputi gerak tangan, gerak anggota tubuh, mengkerutkan kening dan sebagainya, termasuk penunjang penting dalam membuat khalayak tertarik pada pembicara.

sosial judgement ini merupakan perubahan sikap seseorang terhadap objek sosial atau isu tertentu merupakan hasil proses pertimbangan yang terjadi dalam diri orang tersebut terhadap pokok persoalan yang dihadapi. Proses mempertimbangkan isu atau objek sosial tersebut berpatokan

⁷ Syamsuddin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: JI.Tambra Raya, 2016), 9.

⁸ Samsul Sunir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amza, 2013), 171.

pada kerangka rujukan yang dimiliki seseorang. Kerangka inilah yang menjadi rujukan bagaimana seseorang memposisikan dan menyortir pesan yang diterima dan membandingkannya dengan sudut pandang yang rasional.

Dalam Teori pertimbangan sosial menyatakan bahwa terdapat dua hal yang mempengaruhi *receiver* dalam memproses pesan persuasi, yakni *ego involvement* dan *anchor*. *Ego involvement* merujuk pada seberapa pentingkah sebuah isu bagi kehidupan *audience*. Dalam teori pertimbangan sosial disebutkan bahwa semakin tinggi *ego involvement* maka semakin rendah penerimaan terhadap pesan persuasi. *Ego involvement* yang tinggi diindikasikan dengan apakah isu menempati posisi sentral atau utama dalam kehidupan *audience*, apakah *audience* banyak mencari tahu dan berpikir mengenai isu, serta apakah *audience* memiliki afiliasi dengan organisasi yang menolak isu. Sementara itu, *anchor* merujuk pada penilaian awal *receiver* akan sebuah hal yang memungkinkannya untuk memberikan penilaian awal akan sebuah informasi yang dimiliki *audience* ini bisa berupa penolakan ataupun penerimaan *audience* akan sebuah isu.

Melihat fenomena yang terjadi pada saat ini, dimana para ulama muslim atau muslimah yang menggunakan sosial media untuk menyiarkan dakwahnya. Salah satu media sosial yang sekarang banyak digunakan untuk berdawah adalah TikTok.

Oki Setia Dewa yang dikenal sebagai aktris, beberapa tahun ini merambah sebagai pendakwah yang dimana sering muncul di beberapa stasiun TV untuk menyampaikan ajaran Islam. OSD juga menyampaikan dakwah melalui akun sosial media TikTok untuk menyampaikan ajaran agama Islam agar bisa diakses kapanpun dan di manapun. Dalam dakwah OSD berisi tentang penyampaian tentang pemahaman syariat Islam dengan menggunakan ciri khas gaya komunikasi tersendiri.

Melihat gaya komunikasi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran” yang di unggah pada akun TikTok @okisetianadewa_official memberikan penjelasan yang sangat berkarakter dengan tutur bahasa yang baik, gerak anggota tubuh yang simpel dan bahasa yang mudah dimengerti.

Setiap individu memiliki gaya komunikasi serta cara berinteraksi dan bertukar informasi dengan individu lainnya

secara unik. Namun pada dasarnya terdapat empat gaya dalam berkomunikasi yaitu pasif, agresif, pasif-tegas, dan asertif. Sangat penting untuk memahami setiap gaya komunikasi ini, serta mengapa individu menggunakannya. Saat merinci keempat gaya ini maka kita dapat memahami karakteristik dari setiap gaya, frasa standar, serta apa yang membuat masing-masing gaya komunikasi ini unik. Karena gaya bisa mencuri perhatian khalayak saat pembicara berbicara. Akan tetapi bagaimana OSD bisa menarik perhatian dengan berbicara didepan kamera saat produksi siaran ceramah sehingga bisa menghasilkan sebuah konten yang menarik walaupun tidak dengan secara bertemu langsung.⁹ Hal ini juga menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti cuplikan video “Islam Melarang Pacaran” di akun TikTok @okisetianadewi_official.

Melihat dari fakta literatur serta fakta sosial yang sudah dipaparkan oleh peneliti terkait gaya komunikasi muslimah bahwasanya Oki Setiana Dewi (OSD) sebagai subjek yang ingin di amati terkait gaya komunikasi melalui video yang diunggah pada akun TikTok miliknya sehingga peneliti mendapatkan sumbangsih keilmuan di dalam bidang komunikasi Islam. Pada aspeknya peneliti akan mengamati terkait gaya tubuh dan gaya bicara di dalam video tersebut dengan menggunakan teori *sosial judgement*.

B. Fokus Penelitian

Terkait dengan judul “*Social Judgement* muslimah di TikTok: gaya komunikasi Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran”” peneliti memfokuskan membahas terkait gaya komunikasi muslimah OSD pada cuplikan video Islam melarang pacaran pada akun TikTiknya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana *social judgement* gaya komunikasi muslimah Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran”?

⁹ Arifin Suryo Tri Anggoro, “Retorika Dakwah Ustadz Felix Siau Di Dalam Siaran Dakwah Melalui Instagram @Felixsiaw”, *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, 2018, 3-4

D. Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana *social judgement* gaya komunikasi muslimah Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran”.

E. Manfaat Penelitian

Dari berbagai hal yang melatari kajian yang berjudul “*Social Judgement* muslimah di TikTok: gaya komunikasi Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran””. Serta fokus kajian dan rumusan permasalahan yang telah dicantumkan, oleh karena itu peneliti bisa melakukan pemahamannya jelaskan secara rinci mengenai kajian yang hendak di jalankan, hal ini tentu akan memberikan berbagai manfaat secara praktis serta teoritis. Adapun beberapa manfaat tersebut ialah seperti berikut:

1. Manfaat Teoritis

Pertama, Guna memberikan tambahan mengenai pengetahuan di bidang keilmuan terutama pada bidang ilmu komunikasi Islam. *Kedua*, Menurut akademik, hasil kajian ini diharap bisa memberikan tambahan hasanah penelitian komunikasi Islam terutama yang berhubungan dengan nilai Islam.

2. Manfaat Praktis

Kajian ini diharap bisa memberikan kontribusi serta bisa memberi informasi untuk sejumlah pihak yang mempunyai kepentingan dan sebagai bahan referensi untuk kajian terdahulu.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, supaya dapat dipahami serta dimengerti pembahasannya, serta memperoleh hasil yang maksimal, perlu adanya sebuah sistematika penulisan untuk menyusun suatu tulisan dalam penelitian agar lebih tertata dengan rapi. Sistematika penulisan hasil penelitian ini pada dasarnya di bagi ke dalam beberapa bab dan beberapa sub bab pembahasan. Adapun perinciannya adalah sebagai berikut:

Bagian depan yang memuat Cover, Persetujuan Pembimbing Skripsi, Pengesahan, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Motto, Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, dan Daftar Gambar.

Bagian isi yang memuat:

- I. BAB I (Pendahuluan)
 - A. Latar Belakang Masalah
 - B. Fokus Penelitian
 - C. Rumusan Masalah
 - D. Tujuan Penelitian
 - E. Manfaat Penelitian
 - F. Sistematika Penulisan
- II. Bab II (Kerangka Teori), di dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang dasar-dasar teoritis terkait dengan penelitian.
 - A. Deskripsi Teori
 1. Social Judgement
 2. Muslimah
 3. TikTok
 4. Gaya Komunikasi
 5. Macam-macam Komunikasi
 - B. Penelitian terdahulu
 - C. Kerangka berfikir.
- III. Bab III (metode penelitian)
 - A. Jenis dan Pendekatan
 - B. Sumber Data Penelitian
 - C. Teknik Pengumpulan Data,
 - D. Teknik Analisis Data
- IV. Bab IV (hasil penelitian dan pembahasan), bab ini merupakan bab yang paling sentral karena dalam bab ini akan dipaparkan mengenai hasil penelitian yang penulis lakukan. Pembahasan di dalam bab ini juga penulis sajikan ke dalam beberapa sub bab agar memudahkan pembaca.
 - A. Profil Oki Setiana Dewi
 - B. Deskripsi data embahasan mengenai *social judgement* gaya komunikasi muslimah Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran”.
 - C. Analisis data mengenai *social judgement* gaya komunikasi muslimah Oki Setiana Dewi dalam cuplikan video “Islam Melarang Pacaran”.

V. Bab V (Penutup), dalam bab terakhir ini, akan dipaparkan:

A. Kesimpulan

B. Saran

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, dokumen dari sumber data primer, dan daftar riwayat hidup.

