

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

MTQ Nasional merupakan sebuah *event* yang rutin dilaksanakan dari tahun 1992, yang mana pelaksanaan ke XXVIII ditahun 2020 Sumatera Barat yang menjadi tuan rumah. Musabaqah Tilawah Al-Quran (MTQ) merupakan sebuah kompetisi yang memperlombakan berbagai lomba Al-Quran. Salah satu yang diperlombakan adalah tilawah Al-Quran. Tilawah Al-Quran adalah suatu jenis lomba membaca Al-Quran dengan bacaan *mujawwad* dan *murratal*, yakni bacaan Al-Quran yang mengandung nilai ilmu membaca, seni membaca, dan adab membaca menurut pedoman yang telah ditentukan (Lubis et al., 2021). Kegiatan MTQ Nasional tersebut memiliki berbagai macam rangkaian acara yang sudah diketahui oleh banyak orang, acara tersebut menjadi acara rutin dilaksanakan setiap tahunnya.

Berdasarkan data dari Majalah Varia Ipqah (2004:17), Musabaqah Tilawatil Quran (MTQ) diselenggarakan pertama kali pada tahun 1968. Musabaqah Tilawatil Quran (MTQ) adalah berawal dari warisan budaya yang telah menjadi kegiatan keagamaan yang cukup besar dilakukan secara rutin setiap tahunnya (Andriani et al., 2020). Menurut (Martias, 2020) Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) dilaksanakan, karena menjadi salah satu wadah bagi para penghafal Al-Quran untuk menguji hafalan mereka, serta merupakan sarana syiar bagi agama Islam dan juga merupakan sarana untuk mencari bibit-bibit berbakat dalam bidang Al-Quran.

Berdasarkan informasi dari salah satu staf Diskominfo Sumbar, pelaksanaan kegiatan MTQ Nasional 2020 ini dikelola oleh berbagai instansi pemerintahan yang memiliki peran yang berbeda-beda. Diskominfo Sumbar termasuk salah satu instansi pemerintahan yang memiliki peran pada proses komunikasi dalam menyebarkan informasi. Diskominfo Sumbar menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi kegiatan MTQ Nasional 2020 tersebut. Media sosial yang dipilih untuk digunakan adalah *Youtube*, *Instagram* dan *Facebook*. Berdasarkan hasil survei peneliti, melihat pada media sosial yang digunakan Diskominfo Sumbar tersebut, bentuk konten yang disajikan yaitu, penayangan rangkaian kegiatan MTQ Nasional 2020, dimulai dari awal persiapan, hingga pelaksanaan akhir acara tersebut, berita-berita kegiatan, dan juga terdapat konten informasi arahan kepada para peserta MTQ Nasional 2020. Berdasarkan data dari *website* MTQ Nasional pada tahun 2020, ada sekitar 1054 khafilah yang berasal dari berbagai wilayah Indonesia yang mengikuti acara tersebut.

Diskominfo Sumbar memiliki peranan yang penting dalam pelaksanaan MTQ Nasional ke XXVIII di tahun 2020, yaitu dibidang komunikasi dalam penyebaran informasi pelaksanaan kegiatan. Hal tersebut sangat dibutuhkan pada sebuah acara, apalagi acara tersebut digelar secara Nasional, dan dikarenakan juga pada tahun 2020 tersebut munculnya kasus pandemi Covid-19, yang mana virus tersebut dalam penyebarannya, menyebar dengan sangat cepat, yang menyebabkan pelaksanaan *event* dianjurkan secara virtual, guna untuk mengurangi penyebaran virus tersebut. Maka, untuk proses komunikasinya dilakukan secara *online* dengan menggunakan media sosial.

Memanfaatkan *streaming Youtube* untuk menayangkan setiap cabang perlombaan, bertujuan mengoptimalkan pelaksanaan MTQ Nasional 2020. *Streaming* ini dilakukan dengan tujuan agar acara tersebut tetap dapat ditonton oleh banyak orang, tanpa harus hadir langsung ke lokasi acara dilaksanakan. Apalagi saat pandemi Covid-19 ini tidak bisa untuk mengumpulkan orang dalam jumlah banyak disatu tempat. Hasil *streaming* tersebut masih bisa ditonton kembali pada akun *Youtube* Kominfo Sumbar setelah acara selesai ditayangkan. Terlihat pada konten hasil *streaming* penayangan penampilan segala rangkaian kegiatan MTQ Nasional 2020 tersebut, memiliki jumlah *viewers* yang cukup banyak. Menggunakan *streaming Youtube* sangat membantu pelaksanaan MTQ Nasional 2020. Selain konten *streaming*, pada *Youtube* tersebut juga di-*upload* berbagai konten lainnya yang terkait dengan MTQ Nasional 2020. Total keseluruhan konten pada *Youtube* tersebut adalah 30 video. Media sosial *Youtube* adalah salah satu kategori media baru yang banyak digunakan saat sekarang ini. Fitur yang disediakan pada media sosial *Youtube*, memberikan kemudahan masyarakat dunia untuk mendapatkan informasi yang luas. Hasil pengamatan peneliti dengan mengunjungi *website Youtube*, melihat bagaimana perkembangan media sosial *Youtube* saat sekarang ini yang telah memiliki berbagai macam fitur-fitur yang dibutuhkan para penggunanya.

Pengguna media sosial *Youtube* mencapai lebih dari satu miliar pengguna perbulan diseluruh dunia, jumlah tersebut hampir sepertiga dari jumlah pengguna internet secara keseluruhan. Media sosial *Youtube* merupakan media *online* paling populer saat ini. Popularitas dari media sosial *Youtube* diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna. Hal tersebut didukung

berdasarkan data dari Lembaga Riset Pasar Statista, yang memprediksi bahwa jumlah penggunanya akan mencapai angka 1,8 miliar pada tahun 2021. Popularitas tinggi tersebut dikarenakan meningkatnya nilai guna *platform* yang memiliki fitur berbagi video terhadap pengguna internet. Berdasarkan data dari *Google*, yang mengatakan bahwa 57 persen pengguna media sosial *Youtube* mencari konten berbentuk hiburan, serta 86 persen juga mengatakan terbiasa mengunjungi media sosial *Youtube* tersebut untuk mempelajari informasi baru.

Diskominfo Sumbar juga memanfaatkan media sosial *Instagram*, pada media tersebut lebih fokus menyebarkan konten informasi kegiatan, dan berita-berita saat kegiatan berlangsung. Menurut Atmoko (dalam Haqqani, 2020), media sosial *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang menyediakan *fitur* berbagi foto yang penggunanya dapat melakukan mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai media sosial lainnya, termasuk media sosial *Instagram* sendirinya. Menurut Elvina (dalam Hidayat et al., 2020), latar belakang media sosial *Instagram* banyak digunakan masyarakat, karena kemudahan dan kecepatan akses informasi. Bentuk aktivitas yang dilakukan Diskominfo Sumbar pada media sosial *Instagram* adalah dengan membuat 39 konten yang di-*upload* pada akun *Instagram* tersebut. Total 39 konten tersebut terdiri dari 30 foto, 3 video yang berdurasi 30 detik dan 1 video berdurasi 60 detik pada postingan, sedangkan pada fitur IGTV terdapat 5 video yang di-*upload*.

Selain media sosial *Youtube* dan *Instagram*, media sosial lainnya yang digunakan adalah *Facebook*, tetapi pada media tersebut, konten yang disebarkan lebih kurang ada terdapat kesamaan dengan konten-konten yang sudah disebarkan pada media sosial *Youtube* dan *Instagram*, karena ketika meng-*upload* konten dari

media sosial *Instagram*, bisa langsung dihubungkan ke *Facebook*. Konten yang di-*upload* juga berbentuk foto dan video. Terdapat 26 konten yang di-*upload* terkait MTQ Nasional 2020 pada *Facebook* tersebut, yang terdiri dari 13 video, 10 foto beserta informasi berita dan 3 infografik yang berisikan informasi. Menurut (Karim Syahputra et al., 2019), *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak fitur, khususnya dalam penyebaran informasi, terdapat fitur cerita (*story*) yang lebih dikenal sebagai “status”, foto, dan video, grup, halaman penggemar, iklan, acara, *chat*, *video call*, hingga fitur untuk melakukan siaran langsung (*live streaming*). Berdasarkan data (dalam Widayanti, 2015), media sosial *Facebook*, termasuk media sosial teratas dari delapan pasar individu di negara Asia-Filipina, Australia, Indonesia, Malaysia, Singapura, Selandia Baru, Hong Kong, dan Vietnam.

Nama akun media sosial yang digunakan oleh Diskominfo Sumbar adalah *Youtube* Kominfo Sumbar, *Instagram* Pemprov Sumbar, dan *Facebook* Diskominfotik Provinsi Sumatera Barat, semuanya dimanfaatkan oleh instansi pemerintahan Diskominfo Sumbar pada saat pelaksanaan MTQ Nasional 2020. Media sosial tersebut, merupakan media yang digunakan oleh Diskominfo Sumbar untuk melakukan komunikasi publik. Menurut Rowe dan Frewer (dalam M. T. Hidayat, 2020), komunikasi publik dilakukan sebagai upaya memberikan informasi yang searah dari pemerintah kepada publik. 3 media sosial tersebut yang dipilih Diskominfo Sumbar sebagai media komunikasi memberikan informasi kepada publik terhadap kegiatan yang dilaksanakan Provinsi Sumatera Barat.

MTQ Nasional pada tahun 2020, merupakan salah satu kegiatan yang diselenggarakan di Provinsi Sumatera Barat. Maka daripada itu, Provinsi Sumatera Barat memanfaatkan media sosial tersebut sebagai media komunikasi informasi pelaksanaan MTQ Nasional 2020 untuk publik. Media sosial dianggap mampu sebagai media komunikasi dalam mengelola informasi yang kaya, pasti dan jelas yang berbasis *online*. Sebelumnya, media yang dianggap kaya ada media komunikasi yang melakukan tatap muka secara langsung, tetapi seiring dengan perkembangan zaman, munculnya berbagai macam media baru yang memiliki perkembangan kemampuan dari media sebelumnya. Maka, daripada itu Diskominfo Sumbar membuat konten untuk disebarakan pada menggunakan media sosial tersebut. Proses penyebaran konten informasi acara tersebut dikelola oleh staf bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik di Diskominfo Sumbar. Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik di Diskominfo Sumbar memiliki staf yang bertugas mengelola konten yang akan disebarakan melalui media sosial tersebut. Bentuk konten yang disebarakan adalah berbagai informasi dari kegiatan MTQ Nasional 2020 tersebut. Selain Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik, tim IT di Diskominfo Sumbar, juga ikut membantu dalam teknis, terutama pada media sosial *Youtube*.

Penggunaan media sosial juga termasuk memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi. Pemikiran maju dan menyukai hal yang instan atau praktis dalam memperoleh informasi menjadi faktor mengapa pengguna teknologi informasi mengalami peningkatan secara dramatis, sehingga timbul tuntutan untuk para instansi dibidang informasi, agar dapat menyajikan informasi secara cepat, akurat dan terbuka dengan menggunakan teknologi (Hariyadi & Rival,

2017). Perkembangan teknologi komunikasi yang dimanfaatkan oleh Diskominfo Sumbar pada pelaksanaan MTQ Nasional 2020 adalah dalam pelaksanaan dan melakukan penyebaran informasi kegiatan dengan menggunakan media *online*, yaitu media sosial *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Disini peneliti tertarik untuk memilih media sosial sebagai objek penelitian karena berdasarkan observasi peneliti, terlihat Diskominfo Sumbar berusaha mengoptimalkan penggunaan media sosial saat pelaksanaan MTQ Nasional 2020 berdasarkan kemampuan yang dimiliki media sosial dalam menyampaikan beragam petunjuk, kesegaran memberi umpan balik, menyajikan ragam bahasa, dan memprivadikan pesan kepada penerima.

Penting untuk meneliti aktivitas Diskominfo Sumbar di media sosial sebagai media komunikasi dalam pelaksanaan menyebarkan informasi kegiatan MTQ Nasional 2020 ini, agar menjadi referensi untuk kegiatan lainnya dalam mengoptimalkan pemanfaatan media baru yaitu media sosial agar mampu memanfaatkan media komunikasi dalam memberikan informasi yang jelas, terutama untuk kegiatan yang memerlukan jangkauan komunikasi yang luas. Media sosial dianggap dapat menyampaikan informasi secara *real-time*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki kesalahan-kesalahan yang terjadi pada tahun 2020 tersebut, agar tidak terjadi pada pelaksanaan MTQ Nasional tahun selanjutnya ataupun kegiatan yang membutuhkan jangkauan komunikasi yang luas. Seperti, dalam memanfaatkan media sebagaimana dengan fungsi yang disediakan, dan dapat memahami cara mengatasi kendala-kendala yang terjadi.

Pemanfaatan *new media* dalam pelaksanaan MTQ Nasional 2020 menarik untuk diteliti, karena kondisi saat sekarang ini *new media* dianggap dapat

memudahkan proses menyebarkan informasi. *New media* yang digunakan pada kegiatan MTQ Nasional 2020 adalah media sosial. Media sosial yang digunakan adalah media sosial yang dikelola oleh instansi pemerintahan Diskominfo Sumbar. Permasalahannya adalah bagaimana aktivitas Diskominfo Sumbar menggunakan media komunikasi dengan tepat, dan menyampaikan informasi kegiatan melalui media sosial tersebut, agar dapat tersampaikan dengan jelas kepada khalayak. Berdasarkan latar belakang yang dituliskan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana aktivitas Diskominfo Sumbar di media sosial yang digunakan pada pelaksanaan MTQ Nasional 2020. Media sosial yang digunakannya adalah *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana aktivitas Diskominfo Sumbar menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dalam penyebaran informasi pelaksanaan MTQ Nasional 2020?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan aktivitas Diskominfo Sumbar memanfaatkan media sosial *Youtube* sebagai media komunikasi dalam penyebaran informasi pelaksanaan MTQ Nasional 2020.
2. Mendeskripsikan aktivitas Diskominfo Sumbar memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi dalam penyebaran informasi pelaksanaan MTQ Nasional 2020.

3. Mendeskripsikan aktivitas Diskominfo Sumbar memanfaatkan media sosial *Facebook* sebagai media komunikasi dalam penyebar informasi pelaksanaan MTQ Nasional 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang bisa didapat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Andalas dalam memanfaatkan media baru sebagai media komunikasi , terutama media sosial *Youtube*, *Instagram*, dan *Facebook*.
2. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh pihak lain sebagai referensi untuk melakukan penelitian lainnya yang akan meneliti terkait penggunaan media komunikasi seiring dengan perkembangan zaman.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis yang bisa didapat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk Universitas Andalas sebagai salah satu pertimbangan dalam mengikuti perkembangan zaman, khususnya dalam kemajuan teknologi komunikasi dan informasi melalui pemilihan media komunikasi dan cara menyampaikan informasi yang baik kepada publik.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ide bagi instansi pemerintahan lainnya ataupun perusahaan yang dapat memiliki perbedaan pandangan atau permasalahan terhadap penggunaan media baru.

