

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan salah satu cara yang digunakan oleh Rasulullah saw. untuk menyebarkan ajaran Islam. Pada periode pertama, Rasulullah melakukan dakwah secara sembunyi di lingkungan anggota keluarga agar meninggalkan berhala dan beribadah hanya kepada Allah swt. Periode ini berlangsung selama tiga tahun lalu berlanjut ke periode terbuka dimana beliau melakukan dakwah secara terbuka kepada penduduk Mekkah.¹

Setelah Nabi berdakwah di Mekkah dengan hasil yang tidak begitu menggembirakan, maka Nabi hijrah ke Madinah. Dengan strategi ini, perkembangan dakwah mendapat hasil yang lebih baik.² Suatu kegiatan dakwah dapat terlaksana dengan maksimal apabila ada media yang mendukung. Pada masa Rasulullah, media dakwah yang digunakan yaitu surat, terdapat surat terbuka yang dikirimkan kepada raja dan penguasa negara lain, adapun surat tertutup berisi pesan-pesan dakwah yang Rasulullah kirimkan ke penduduk Mekkah yang mayoritas belum memeluk Islam.

Kemudian muncul media dakwah lainnya, yang tidak lain adalah mimbar. Dalam sejarahnya, dikisahkan bahwa pada mulanya mimbar adalah sebuah gundukan sebagai tempat duduk Rasulullah saw. ini dimaksudkan agar Rasulullah mudah mengenali orang asing yang datang saat menyampaikan khutbah. Ini berarti mimbar yang saat ini dikenal menjadi tempat khatib menyampaikan khutbah di masjid-masjid sejatinya sudah ada sejak zaman Rasulullah saw.

¹Amin, Samsul Munir, *Sejarah Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2015), h. 28

²Amin, Samsul Munir, *Sejarah Dakwah* h. 35

Keberadaan mimbar dimulai ketika Rasulullah saw. membangun masjid di Madinah, yaitu Masjid Nabawi. Mimbar saat itu sangat sederhana, hanya terbuat dari kayu dari pelepah kurma.³

Seiring perkembangannya, media dakwah menjadi lebih banyak lagi, di antaranya *microphone*, spiker, mimbar dan lainnya. Dakwah dengan media mimbar ini, terbatas hanya pada saat *da'i* dan *mad'u* bertatap muka, sedangkan perkembangan zaman menuntut para *da'i* untuk lebih inovatif dalam menyampaikan dakwahnya.

Perkembangan teknologi komunikasi begitu pesat dari masa ke masa, salah satunya adalah dengan adanya internet. Internet atau *interconneted networking* merupakan rangkaian hubungan komputer yang dapat diakses secara umum di seluruh dunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar *Internet Protocol* (IP).⁴ Kebutuhan masyarakat masa kini akan internet sangatlah besar, bahkan bisa dikatakan bahwa masyarakat telah bergantung dengan internet. Berbagai jenis informasi dapat dengan mudah diakses melalui internet, mulai dari informasi tentang politik, sosial, pendidikan maupun ekonomi. Tidak hanya sebatas sumber informasi, internet juga kini menjadi sarana komunikasi yaitu dengan hadirnya media sosial.

Media sosial merupakan media online yang mendukung kegiatan interaksi sosial masyarakat maya dari seluruh penjuru dunia. Pemakaian media sosial semakin meningkat beriringan dengan meningkatnya teknologi komunikasi. Eksistensi seseorang dapat dilihat pada beragam media sosial yang dimilikinya, misalnya: Facebook, Twitter, Path, Instagram, youtube dan sebagainya.⁵

³Republika, "Sejarah kemunculan Mimbar di Masjid" dalam <http://m.republika.co.id/amp/p61bom3113>, 15 juli 2020.

⁴Yuhefizar, *10 Jam Menguasai Internet* (Jakarta: Percetakan PT Gramedia, 2008), h. 2

⁵Syahrianti Syam dan Nahdatunnisa Asry, *Komunikasi Antarmanusia* (Ed.2. Cet.II; Watampone: Giallorossi Publisher, 2017), h. 174

Banyaknya pengguna media sosial pada masa sekarang, membuat para *da'i* juga turut berinovasi untuk menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya. Telah banyak akun yang menyebarkan berbagai konten yang mengandung nilai dakwah. Dakwah melalui media sosial merupakan salah satu cara yang efisien untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah pada semua kalangan, karena bisa diakses kapan saja sekaligus mengikuti perkembangan zaman.

Youtube merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang dijadikan wadah para *da'i* untuk menyebarkan pesan-pesan dakwahnya. Sebagai contoh, ada beberapa channel yang bernuansa dakwah seperti Yufid TV yang berkarakteristik kajian tauhid, Shiftmedia yang penyampaiannya mudah diterima oleh generasi muda karena pembawaan dalam dakwah yang santai dan sebagai contoh terakhir, channel Nussa Official yang berisi amalan setiap hari. Diantara ketiga channel tersebut, Nussa Official merupakan channel dengan *subscriber* atau akun berlangganan terbanyak yaitu kurang lebih lima juta dan juga sebagai channel termuda diantara dua channel dakwah lainnya.

Perkembangan zaman yang makin canggih membuat orang juga turut berinovasi dalam mendidik anaknya. Oleh karena itu, banyak orang tua yang memfasilitasi anak mereka dengan *gadget/ handphone* dengan harapan agar mereka mampu untuk memperoleh pembelajaran dari *gadget* tersebut. Pemfasilitasan ini seiring dengan kekhawatiran para orang tua tentang bagaimana mengawasi anak mereka ketika berinteraksi dengan *gadget*. Banyak orang tua yang bahkan anak mereka yang lebih terampil menggunakan *gadget* dibanding orang tua itu sendiri, sehingga sulit bagi mereka untuk mengawasi. Terlebih jika anak sudah berinteraksi dengan *gadget*, maka mereka akan lupa waktu dan melupakan kewajiban lainnya.

Hal yang membuat para orang tua lebih resah adalah banyaknya animasi anak yang muncul dengan genre yang mengandung kekerasan, bahkan percintaan. Seperti yang kita ketahui bahwa anak-anak cenderung lebih menyukai video yang berisi kartun/ animasi. Kemunculan channel youtube Nussa Official ini seolah menjadi jawaban atas keresahan para orang tua pada zaman sekarang, terlebih lagi kontennya yang berisi nilai-nilai religius.

Nussa Official menjadi salah satu channel yang disukai oleh anak-anak. Menurut pengamatan peneliti, hal itu didasarkan pada beberapa faktor, yaitu; karakter kartun pada pemeran Nussa Official dan pesan-pesan dakwah yang terkesan ringan yang mudah dipahami oleh anak-anak. Bukan hanya dari kalangan anak-anak saja, melainkan juga kalangan anak muda serta orang tua yang menyukai dan sering menanggapi channel tersebut.

Keberhasilan suatu akun dakwah bukan hanya dilihat dari banyaknya yang melihat postingan tersebut, tapi dapat juga ditinjau dari materi, nilai-nilai serta pesan dakwah yang disampaikan dari akun, serta melihat simbol atau tanda-tanda yang terdapat dalam channel tersebut. Maka dari itu, peneliti menggunakan pemaknaan semiotika Roland Barthes, serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (1994) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.⁶ Penelitian ini akan fokus untuk membahas pesan dakwah menyangkut nilai aqidah, syariah dan akhlak.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam Channel Youtube Nussa Official dengan judul “

⁶Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Cet. 1; Jawa timur: CV Jejak, 2018), h. 7

Pesan Pesan Dakwah Dalam Channel Youtube Nussa Official (Analisis Semiotika Roland Barthes)”).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian ini yaitu;

1. Apa penanda dan petanda yang ada dalam channel youtube Nussa Official?
2. Apa saja pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam channel youtube Nussa Official?

C. Definisi Operasional

1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah, terdapat tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah. Salah satunya, pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Pada konteks ini pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan dan lambang.⁷

2. Channel Youtube Nussa Official

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML 5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/ kreator, termasuk klip film, klip

⁷Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Ed. 1, Cet. 1; Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), h. 140

TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini.⁸

Nussa adalah sebuah serial animasi Indonesia yang diproduksi oleh perusahaan animasi *The Little Giantz* bersama *4 Stripe Production*. *The Little Giantz* sendiri didirikan oleh Aditya Triantoro, seorang animator berpengalaman yang lebih dari sepuluh tahun malang melintang di dunia animasi. Animasi ini ditayangkan pada layanan berbagi video YouTube sejak November 2018.⁹ Nussa Official merupakan channel youtube yang berisi konten dakwah yang diperankan oleh dua tokoh animasi utama yaitu, Nussa dan Rarra.

3. Semiotika Roland Barthes

Barthes merupakan pengikut Saussure, berpandangan bahwa semiotika adalah sistem tanda yang menceminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Semiotik, atau dalam istilah Barthes semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*Things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat mencampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak dikomunikasikan, tetapi juga merekonstruksi sistem terstruktur dari tanda. Dengan demikian, Barthes melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur, signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula pada hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya, Barthes menganggap kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi, dengan

⁸<https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, diakses pada tanggal 5 maret 2020, pukul 16.44

⁹<https://id.wikipedia.org/wiki/Nussa>, diakses pada tanggal 5 maret 2020, pukul 16.48

kata lain, kehidupan sosial, apa pun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda tersendiri (Kurniawan, 2001: 53).¹⁰

Berdasarkan definisi operasional di atas maka yang dimaksud dengan Pesan-pesan Dakwah dalam Channel Youtube Nussa Official (Analisis Semiotika Roland Barthes) adalah suatu penelitian yang menganalisis suatu channel youtube yaitu Nussa Official dengan memakai analisis semiotika Roland Barthes. Tujuannya adalah untuk mengetahui pesan-pesan dakwah yang terkandung di dalamnya. Adapun pesan dakwah yang dimaksud yaitu menyangkut nilai aqidah, syariah, dan akhlak.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini yaitu;

- a) Untuk mengetahui penanda dan petanda yang ada dalam channel youtube Nussa Official.
- b) Untuk menganalisis pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam channel youtube Nussa Official.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua kegunaan yaitu secara ilmiah dan praktis. Kegunaan penelitian ini sebagai berikut.

a. Secara Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kajian bagi orang-orang yang ingin mengetahui makna dan pesan-pesan dakwah dalam sebuah postingan bertema Islam.

¹⁰Fatimah, *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*, (Gowa: Tallasa Media, 2020), h. 46

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pesan dakwah apa yang terkandung dalam sebuah postingan bertema Islam melalui teknik analisis. Serta sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai channel youtube Nussa Official.

E. GARIS BESAR ISI

Untuk memperoleh garis-garis besar isi, maka penulis memaparkan garis-garis sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, definisi operasional, tujuan dan kegunaan serta garis-garis besar isi.

BAB II merupakan kajian pustaka yang mencakup kajian penelitian sebelumnya, kajian teoritis dan kerangka pikir.

BAB III merupakan bab yang memaparkan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data instrumen penelitian, teknik pengumpulan data dan diakhiri dengan teknik analisis data.

BAB IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi gambaran umum channel youtube Nussa Official, penanda dan petanda dalam channel youtube Nussa Official, dan analisis pesan-pesan dakwah dalam channel youtube Nussa Official.

BAB V merupakan penutup yang berisi simpulan dan implikasi.