

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digital saat ini, media massa telah menjadi salah satu sarana yang paling efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan dan moral kepada masyarakat.¹ Di antara banyaknya serial animasi yang tersedia, *Omar & Hana* adalah salah satu animasi dakwah yang signifikan, terutama di kalangan anak-anak dan keluarga Muslim di Indonesia. Serial ini tersedia di kanal YouTube *Omar & Hana Indonesia* dan menghadirkan kisah-kisah menarik dengan pesan moral serta nilai-nilai Islam yang disampaikan secara menarik dan interaktif. Dalam konteks komunikasi dakwah, *Omar & Hana* tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga merupakan medium penting dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda.

Namun demikian, dalam menyampaikan pesan agama melalui media ini, terdapat sejumlah pertimbangan etis yang perlu diperhatikan. Etika komunikasi dakwah dalam konteks serial animasi ini mencakup aspek-aspek seperti kebenaran informasi yang disampaikan, representasi nilai-nilai Islam yang akurat, penggunaan bahasa yang sesuai dengan tahap perkembangan anak, serta dampak psikologis dari pesan yang disampaikan.

Penelitian ini relevan untuk mengkaji penyampaian pesan agama melalui media tersebut, penerimanya oleh audiens anak-anak, serta pengaruhnya terhadap pemahaman dan praktik keagamaan mereka. Melalui pendekatan analitis, penelitian ini akan mengungkapkan berbagai aspek etis dalam komunikasi dakwah melalui media untuk anak-anak serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas dan dampak positif dari

¹Siti Zahwa and others, ‘Tayangan Animasi Adit Sopo Jarwo Dalam Menumbuhkan Karakter Anak Usia Dini’, 3.6 (2025).

serial ini dalam membentuk pemahaman dan perilaku keagamaan anak-anak. Penting untuk memberikan pendidikan kepada anak sejak usia dini. Pada masa ini, kepribadian anak mulai terbentuk dan sangat memengaruhi tahap perkembangan selanjutnya. Tahap perkembangan ini sangat memengaruhi tahap selanjutnya, dan pengaruh dari lingkungan dan orang-orang terdekat dapat membentuk sikap yang baik dan buruk pada anak.¹ Menurut Zakiah Daradjat, yang disebut oleh Syamsu Yusuf, mengajarkan nilai-nilai agama kepada anak usia dini sangat penting. Usia prasekolah merupakan waktu yang tepat untuk menanamkan nilai-nilai agama, karena pada masa ini anak-anak sedang berkembang dan mudah menerima ajaran agama melalui permainan dan pengarahan dari orang tua dan guru. Keyakinan dan kepercayaan guru prasekolah dapat berpengaruh besar terhadap pertumbuhan nilai-nilai agama pada anak-anak.² Santrock menyatakan bahwa perkembangan moral melibatkan pembentukan aturan dan norma yang mengatur perilaku manusia dalam interaksi sosial, termasuk perubahan perilaku dalam kehidupan anak terkait tata cara, kebiasaan, adat istiadat, dan nilai-nilai dalam kelompok sosialnya.³

Salah satu aspek penting dalam perkembangan anak adalah perkembangan moral. Menurut teori Jean Piaget, pada usia 0-2 tahun, anak hanya mengamati tingkah laku di sekitarnya. Pada usia 2-7 tahun, apa yang anak lihat akan masuk ke dalam memori mereka, tetapi mereka belum bisa memilih mana yang baik atau buruk untuk ditiru. Orang tua sering kali tidak menyadari bahwa anak meniru perilaku dari lingkungannya dan kurang memperhatikan ketika anak berinteraksi dengan orang lain, seperti teman-temannya.⁴

¹N Komariyah, *Penanaman Nilai-Nilai Agama Dan Moral Di Taman Kanak-Kanak Masyithoh Welahan Wetan Kecamatan Adipala Kabupaten Cilacap Tahun Pelajaran 2013/2014*, ed. by IAIN Purwokerto (Doctoral dissertation, 2014).

²Syamsu Yusuf, *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011).

³Widya Masitah and Hasrian Rudi Setiawan, ‘Upaya Meningkatkan Perkembangan Moral Dan Sosial Emosional Anak Melalui Metode Pembiasaan Di Ra. Al-Hikmah’, *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10.1 (2018), 174–87 <<https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i1.1930>>.

⁴P Sari, *Analisis Semiotika Motivasi Belajar Pada Film Nussa*, Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2023.

Penerapan pendidikan moral pada anak usia dini sebaiknya dimulai dengan pembiasaan dari hal-hal kecil, terutama di lingkungan keluarga yang dekat dengan mereka. Pada tahap ini, anak-anak cenderung meniru apa yang mereka lihat dan sukai, sehingga peran orang tua sangat penting dalam memberikan contoh yang baik dan memberikan pembelajaran. Pengenalan nilai-nilai moral pada anak usia dini bisa dimulai dengan hal-hal sederhana, seperti mengajarkan doa dan mengucapkan rasa syukur kepada Allah. Ada berbagai media pendidikan yang dapat digunakan, termasuk televisi dan gawai.⁵

Menurut peneliti Farida, film dianggap sebagai sarana komunikasi yang mengkomunikasikan informasi sosial, moral, dan agama. Penggunaan film tidak hanya untuk menghibur, tetapi juga untuk memberikan pendidikan moral kepada anak-anak. Film yang memuat nilai-nilai moral adalah film yang mengangkat berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk sikap yang positif yang mudah dipahami oleh penonton anak-anak.⁶

Peneliti memilih serial animasi *Omar & Hana* sebagai objek penelitian karena serial ini kaya akan nilai moral dan nilai Islami, sehingga menjadikannya tontonan positif bagi anak-anak. Melalui serial ini, anak-anak dapat belajar dan meneladani perilaku yang baik. Selain itu, sebagai serial animasi yang sangat populer, *Omar & Hana* telah dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan dan penonton yang besar di kanal YouTube mereka, yaitu lebih dari 2 juta pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu oleh Rika Ariani menyatakan, bahwa etika komunikasi dakwah dalam serial Nussa mencakup qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan layyina, qaulan maysura, qaulan karima, dan qaulan ma'rufan. Etika komunikasi dakwah tersebut merujuk pada teori prinsip atau etika komunikasi yang dikemukakan oleh

⁵ Agus Susilo Saefullah, ‘Ragam Penelitian Kualitatif Berbasis Kepustakaan Pada Studi Agama Dan Keberagamaan Dalam Islam’, *Al-Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2.4 (2024), 195–211
<<https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i4.1428>>.

⁶I Farida, ‘Nilai-Nilai Moral Dalam” Film Nussa” (FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Jalaluddin Rakhmat. Di antara semua aspek yang ada, qaulan ma'rufan lebih dominan dibandingkan dengan qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan layyina, qaulan maysura, dan qaulan karima.

Hasil penelitian terdahulu lainnya oleh Salma Aulia, menyatakan bahwa Zavilda TV menerapkan tiga etika komunikasi dakwah, yaitu Qaulan Sadidan, Qaulan Maysura, dan Qaulan Layyina, dalam menyampaikan pesan dakwah tentang urgensi perempuan berhijab. Penerapan etika tersebut berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan dan penonton, serta memengaruhi fleksibilitas peran dai dan kreator konten, interaksi dengan pengguna media sosial, serta keputusan publikasi video klarifikasi dan penonaktifan akun YouTube Zavilda TV.

Dari latar belakang tersebut, penelitian ini menelusuri bagaimana etika komunikasi dakwah tercermin dalam serial “Omar & Hana” di kanal YouTube *Omar & Hana Indonesia* melalui sebuah studi analitis. Penelitian ini berjudul "**Etika Komunikasi Dakwah dalam Serial Omar & Hana di kanal YouTube *Omar & Hana Indonesia***".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus masalah yang dapat dibahas dalam penelitian ini adalah: Bagaimana etika komunikasi dakwah dalam serial “Omar & Hana” di kanal YouTube Omar & Hana Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut: Untuk menganalisis etika komunikasi dakwah dalam serial “Omar & Hana” di kanal YouTube Omar & Hana Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sesuai dengan rumusan dan tujuan masalah yang ingin diteliti, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

1. Kontribusi terhadap pemahaman tentang aplikasi etika komunikasi dakwah dalam konteks media digital, khususnya serial animasi di platform YouTube.
2. Memperkaya literatur tentang dakwah melalui media baru dengan fokus pada nilai-nilai moral dan etika komunikasi yang disampaikan kepada audiens.
3. Memberikan wawasan baru tentang bagaimana pesan-pesan dakwah dapat disampaikan secara efektif melalui media animasi dan memengaruhi penonton, terutama anak-anak.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis: Penelitian ini dapat memberikan pengakuan terhadap kontribusi intelektual penulis dalam memahami dan menganalisis aspek-aspek etika komunikasi dakwah dalam konten digital. Hasil penelitian juga dapat membuka peluang bagi penulis untuk berkontribusi lebih lanjut dalam bidang penelitian atau pengembangan konten dakwah.
 1. Memberikan panduan kepada produsen konten dan pembuat serial animasi tentang pentingnya menerapkan etika komunikasi dakwah dalam karya mereka.
 2. Membantu orang tua dan pendidik dalam memilih konten yang sesuai untuk anak-anak mereka, dengan memperhatikan nilai-nilai moral yang disampaikan dalam serial “Omar & Hana”.

3. Memotivasi para peneliti, pembuat kebijakan, dan praktisi dakwah untuk lebih memanfaatkan media digital sebagai sarana efektif untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan memperhatikan etika komunikasi yang tepat.

E. Definisi Operasional

a. Etika

Etika komunikasi dakwah merujuk pada moral atau akhlak dalam menerapkan prinsip-prinsip perilaku yang baik dalam menyampaikan ajakan yang berisi nilai-nilai Islam. Dalam penelitian ini, digunakan enam prinsip etika komunikasi dakwah yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat (1998), yang berlandaskan prinsip komunikasi dalam Al-Qur'an, yaitu qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan layyina, qaulan maysura, qaulan karima, dan qaulan ma'rufan. Prinsip-prinsip ini diterapkan dalam komunikasi yang dilakukan oleh tokoh-tokoh dalam serial Omar dan Hana, khususnya dalam penyampaian pesan dakwah secara lisan yang disertai dengan tindakan nyata.

b. Kanal YouTube

YouTube merupakan platform berbasis web yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan membagikan video.⁷ Di dalam platform ini tersedia fitur akun dan kanal yang dapat digunakan oleh pengguna. Kanal YouTube merupakan bagian dari akun YouTube yang dapat dikelola oleh beberapa akun Gmail yang saling terhubung. Kanal tersebut berfungsi untuk mengunggah video, mempublikasikan konten yang telah diunggah, serta melakukan berbagai aktivitas lainnya, seperti menghapus video atau memberikan komentar pada video milik pengguna lain.⁸

⁷Deri Hidayat Tullah, ‘Platform Youtube Sebagai Alternatif Media Informasi Pada Era Digital Di Rel-Tv.Com’, 2021, 6.

⁸Fira Nur Setiyana and Anggun Badu Kusuma, ‘Potensi Pemanfaatan Youtube Dalam Pembelajaran Matematika’, *EduMatSains : Jurnal Pendidikan, Matematika Dan Sains*, 6.1 (2021), 71–90

Dalam penelitian ini, kanal YouTube yang menjadi objek kajian adalah Omar & Hana Official, yaitu kanal resmi yang berisi serial animasi Omar & Hana. Kanal ini menampilkan berbagai konten, mulai dari cerita keseharian Omar & Hana, lagu-lagu bertema Islam yang dibawakan oleh Omar & Hana, video di balik layar pembuatan serial animasi Omar & Hana, hingga video dari beberapa ustaz yang membahas nilai-nilai yang terkandung dalam serial tersebut. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada lima *season* Omar & Hana yang memiliki unsur cerita, dengan durasi selama 1 jam 12 menit yang berjudul Etika Komunikasi Dakwah dalam Serial Omar & Hana di Kanal YouTube *Omar & Hana Indonesia*.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian skripsi oleh Rahmat Firdaus (2019) berjudul “*Analisis Pesan Dakwah pada Serial animasi “Omar & Hana”* yang dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) sebagai pendekatan penelitian untuk mengkaji muatan pesan dakwah yang terdapat dalam serial animasi *Omar & Hana*. Adapun perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis ajukan terletak pada aspek fokus kajian dan sudut pandang analisis. Penelitian sebelumnya menitikberatkan pada pengkajian pesan dakwah secara umum dalam serial animasi *Omar & Hana*, sementara penelitian ini secara khusus mengkaji etika komunikasi dakwah dalam serial animasi *Omar & Hana* yang ditayangkan melalui kanal YouTube *Omar & Hana Indonesia*.
2. Penelitian skripsi Rika Ariani (2019) berjudul “Etika Komunikasi Dakwah Dalam Serial Nussa di Kanal YouTube Nussa Official”, dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Ekonomi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang memfokuskan pada

analisis data primer dan sekunder. Data tersebut dikumpulkan melalui cara pengunduhan data secara daring, wawancara, serta kajian literatur yang relevan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa etika komunikasi dakwah dalam serial *Nussa* mencakup qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan layyina, qaulan maysura, qaulan karima, dan qaulan ma'rufan. Etika komunikasi dakwah tersebut diambil dari teori prinsip atau etika komunikasi yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat. Di antara berbagai bentuk etika komunikasi dakwah yang ada, qaulan ma'rufan lebih dominan dibandingkan dengan qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan layyina, qaulan maysura, dan qaulan karima. Persamaannya sama-sama membahas variabel etika komunikasi dakwah dan menggunakan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu pada kanal YouTube-nya saja, penelitian terdahulu dalam Serial *Nussa* sedangkan penelitian ini dalam Serial *Omar & Hana*.

3. Penelitian skripsi Nurhikmah (2024) berjudul "Peser Dakwah Dalam Animasi *Omar & Hana* (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)", dari Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Jurusan Manajemen Dakwah.⁹ Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif, dengan metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis semiotika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam serial animasi *Omar & Hana* episode *Yang Penting Kita Usaha* mencakup tujuh poin pesan dakwah, yang terdiri dari pesan dakwah akidah, syariat, dan akhlak. Pesan dakwah akidah mencakup tiga hal, yaitu pengucapan kalimat *innalillah, alhamdulillah*, dan *subhanallah*. Pesan dakwah syariat mencakup dua hal, yaitu berwudhu dan membaca selawat serta doa sebelum tidur. Sedangkan pesan dakwah akhlak terdiri dari dua hal, yaitu menolong sesama makhluk hidup dan tidak mudah putus asa. Penulis kemudian

⁹Nurhikmah, 'Peser Dakwah Dalam Film Animasi *Omar Dan Hana* (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)', 2024, 4–6.

menganalisis pesan-pesan ini menggunakan teori Semiotika Charles Sanders Peirce, yang mencakup tiga elemen: sign (tanda), object (objek), dan interpretant. Persamaan penelitian ini adalah bahwa keduanya menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya hanya terdapat pada kanal serialnya dan penelitian terdahulu membahas pesan dakwahnya dan penelitian yang ada ini membahas etika komunikasi dakwanya.

4. Penelitian skripsi oleh Amalia Putri (2024) “*Etika Komunikasi Islam dalam Perspektif Al-Qur'an pada Drama Serial Web Pesan dari Hati*” berasal dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.¹⁰ Studi ini menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi serta menggunakan teori etika komunikasi dakwah yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, yakni dengan menelaah dan mencermati tayangan *web series Pesan dari Hati* yang berkaitan dengan etika komunikasi Islam, serta dokumentasi berupa pengumpulan data dari durasi adegan yang memuat nilai-nilai tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa serial *Pesan dari Hati* merepresentasikan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an pada episode 1 hingga 6, meliputi qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan ma'rufan, qaulan maysura, qaulan karima, dan qaulan layyina. Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada penggunaan metode kualitatif deskriptif dengan analisis isi, sedangkan penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada teknik observasi dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada serial animasi Omar & Hana di YouTube, sedangkan penelitian sebelumnya membahas Pesan dari Hati. Keduanya mengacu pada teori etika komunikasi Islam menurut Jalaluddin Rakhmat, tetapi dengan penerapan dalam konteks berbeda. Penelitian ini mengungkapkan penerapan etika komunikasi

¹⁰Amalia Putri, Universitas Islam, and Negeri Antasari, ‘Etika Komunikasi Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an Pada Drama Serial Web Pesan Dari Hati’, 2024.

dakwah dalam setiap episode Omar & Hana, sementara penelitian sebelumnya menemukan prinsip etika komunikasi Islam dalam enam episode Pesan dari Hati. Meskipun teknik pengumpulan data serupa, fokus analisis dan konteks penerapannya berbeda secara signifikan.

5. Penelitian oleh Avivatul Hidayatullah (2024) berjudul “Analisis Semiotika Pesan Dakwah Serial Animasi *I'm The Best Muslim*”, dari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.¹¹ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian pendekatan analisis semiotika yang bersifat kualitatif deskriptif. kemudian teknik yang digunakan adalah dokumentasi dan observasi, serta teori analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis semiotika John Fiske dengan makna berupa bentukaliran pesan yang terlihat (*manifest*) dan tersirat (*latent*) yang terdapat dalam serial animasi *I'm The Best Muslim*, pada lima episode di tahun 2023. Kesimpulan yang dihasilkan setelah melakukan proses analisis dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske yaitu terdapat pesan-pesan dakwah di antaranya adalah: Pesan yang tersirat (*Latent*) yaitu Aqidah yang berupa (iman kepada Allah, iman kepada kitab, iman rasul-rasulnya). Pesan yang terlihat (*Manifest*) dan pesan yang terlihat (*Latent*) yaitu syariat berupa (ibadah). Pesan yang terlihat (*Manifest*) yaitu akhlak berupa akhlak terhadap manusia, dan pesan yang tersirat (*Latent*) yaitu akhlak berupa akhlak terhadap Allah Swt. Persamaannya, kedua penelitian sama-sama menganalisis komunikasi dakwah dalam media. Namun, perbedaannya terletak pada metode dan fokus penelitian. Penelitian semiotika John Fiske berfokus pada analisis pesan-pesan dakwah yang terlihat dan tersirat dalam serial I'm The Best Muslim, sedangkan penelitian tentang Omar & Hana menggunakan pendekatan

¹¹Avivatul Hidayatullah and others, ‘Analisis Semiotika Pesan Dakwah Serial Animasi I ' M the Best Muslim Analisis Semiotika Pesan Dakwah Serial Animasi I ' M the Best Muslim’, 2024.

deskriptif kualitatif untuk mengkaji etika komunikasi dakwah. Selain itu, teknik pengumpulan data berbeda; penelitian semiotika menggunakan dokumentasi dan observasi, sementara penelitian Omar & Hana mengandalkan observasi langsung serta analisis data primer dan sekunder.