

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah Komunikasi Visual adalah sebutan sebuah program dakwah dari program Desain Komunikasi Visual. Kegiatan dakwah ini menggunakan media visual animasi 2D, dengan tetap memperhatikan ajaran-ajaran sesuai dengan syariat agama. Animasi 2D dipilih karena merupakan tontonan yang belakangan ini digemari oleh anak-anak hingga remaja.

Manfaat yang bisa didapat dari tayangan video animasi adalah imajinasi yang baik, yang dibutuhkan untuk perkembangan. Namun, video animasi juga memiliki kekurangan. Misalnya, perilaku buruk pada tokoh kartun atau video animasi, seperti kebohongan, kenakalan, dan perilaku tercela lainnya. Hal-hal ini dapat memberikan edukasi namun berupa nilai yang tidak baik untuk perkembangan anak.

Sebagai orang yang lebih tua, hendaknya kita sedini mungkin mempersiapkan seorang anak yang menyenangkan hati sebagaimana normativitas dalam Al-Qur'an berikut: "Dan orang-orang yang berkata: "Ya Tuhan kami, anugerahkanlah kepada kami pasangan kami dan keturunan kami sebagai penyenang hati (kami), dan jadikanlah kami pemimpin bagi orang-orang yang bertakwa". (QS. Al-Furqan: 74).

Keluarga yang ditunjuk sebagai keturunan yang taat mengabdikan kepada Allah SWT adalah keluarga yang menarik hati di dunia dan di akhirat karena taat kepada Allah SWT. Isu yang paling mendasar pada anak-anak tentu saja adalah kedudukan anak dalam Al-Qur'an, sehingga orang tua dan pendidik dapat menggunakannya untuk membimbingnya kepada kebenaran dan mempertahankan serta mengembangkan potensinya. Ada dua variabel yang

dapat mempengaruhi perkembangan karakter anak: warisan dan lingkungan.

Pembahasan tentang dakwah dan media komunikasi telah banyak diteliti dalam beberapa buku dan kajian. Penelitian Fatmawati (2009) tentang paradigma baru pengemasan dakwah melalui media televisi di era globalisasi adalah salah satunya. Menurut temuan penelitian ini, dakwah melalui televisi harus dikemas dengan cara dan pendekatan yang tepat.

Pemilihan metode serta media yang tepat merupakan bagian strategis dari kegiatan dakwah itu sendiri untuk menghadirkan dakwah yang menarik dan efektif. Dalam penelitian ini lebih dititikberatkan pada bagaimana cara berdakwah melalui media baru berupa animasi sebagai wadah untuk menyampaikan dakwah kepada anak-anak hingga remaja agar pesan-pesan Islami dapat diterima dengan mudah.

Revolusi digital mempengaruhi keberadaan manusia, terutama kemudahan mendapatkan informasi baru melalui perangkat elektronik seperti komputer atau smartphone. Komunikasi juga dipermudah dengan aplikasi media sosial yang dapat langsung diunduh ke komputer atau smartphone, seperti Twitter, Instagram, Facebook, dan TikTok. Karena pengguna media sosial berasal dari berbagai bidang kehidupan, media sosial tertentu memiliki efek buruk dan baik tergantung pada fungsi atau tujuannya. Media sosial dapat menjadi sumber daya untuk memungkinkan dan memperluas operasi dakwah, seperti berkhotbah melalui "Instagram."

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia yang mana menempati urutan keempat dengan pengguna teraktif di Indonesia setelah Youtube, Facebook, dan WhatsApp. Popularitas Instagram yang hadir dengan pendekatan berbagi foto

atau video pendek dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan, termasuk para Da'i, mereka mengemas konsep dakwah kreatif melalui video di Instagram untuk mengedukasi, memotivasi dan mengubah perilaku target dakwah (pengguna Instagram) menjadi lebih religius.

Salah satu akun dakwah di Instagram adalah @yakuuya. Akun Instagram @yakuuya dirintis oleh seorang animator pada Mei 2018. Akun Instagram yang memiliki tagline “anime dakwah” ini banyak menayangkan kegiatan pemuda dan kajian keislaman tentang pengembangan diri. Video atau foto dakwah yang diunggah ke akun tersebut menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan kalangan remaja agar mereka mau menerima dan mampu memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Konten di akun Instagram @yakuuya menjadikan animasi sebagai langkah inovatif dalam menyampaikan pesan dakwah, ini memiliki keunikan tersendiri untuk anak-anak hingga remaja. Pesan dakwah yang terdapat dalam akun tersebut sangat relevan untuk dijadikan penelitian skripsi karena dikemas dengan media animasi yang menjadi ciri khas konten dakwah pada akun Instagram @yakuuya.

Postingan di akun @yakuuya memuat materi tentang animasi dakwah dari berbagai kejadian, Hadits, dan teks Al Quran. Akun ini membuat animasi-animasi lucu yang dijadikan icon di setiap unggahan, disertai informasi yang menenangkan yang sesuai dengan konsep dakwah. Beberapa informasi membahas aspek kehidupan yang akrab dengan era milenial, seperti migrasi, subsistensi, agama, dan kesabaran. Pesan-pesan diberikan kepada para pengikutnya agar mereka terus berjuang untuk kebaikan. Dalam berkomunikasi, akun Instagram @yakuuya memiliki fungsi vital dalam

menyampaikan pesan agar komunikasi berubah menjadi lebih baik. Hal inilah yang memotivasi penulis untuk melakukan investigasi lebih mendalam terhadap substansi pesan dakwah animasi pada akun Instagram @yakuuya. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan judul “Analisis Isi Pesan Dakwah Dengan Animasi Pada Media Sosial Instagram Pada Akun @yakuuya”.

B. Fokus Masalah

Fokus permasalahan yang diambil penulis berdasarkan latar belakang tersebut adalah “apakah isi pesan dakwah melalui animasi yang disampaikan melalui media sosial Instagram pada akun @yakuuya?”.

C. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis isi pesan dakwah melalui animasi di media sosial Instagram pada akun @yakuuya.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang ilmu komunikasi penyiaran Islam yang meliputi dakwah di media sosial Instagram dengan menggunakan konten animasi sehingga dakwah dengan metode ini dapat dijadikan sebagai media yang baik dalam bidang dakwah.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap ilmu komunikasi penyiaran Islam yang memuat dakwah di media sosial Instagram dengan menggunakan konten animasi sehingga dakwah dengan metode ini dapat dijadikan sebagai media yang baik dalam bidang dakwah.

2. Manfaat Praktis

Dalam Penelitian skripsi yang penulis ulas mengenai “Analisis

Pesan Dakwah melalui Animasi di Media Sosial Instagram pada akun @yakuuya” ini juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian kualitatif lebih lanjut dan mendalam.

E. Definisi Istilah

1. Analisis Isi

Analisis isi merupakan teknik pengujian terhadap isi dalam media, baik televisi maupun media cetak yang dilakukan secara runtut. Teknik ini dapat diduplikasi atau ditiru bagi penelitian sejenis dengan objek atau subjek yang berbeda. Analisis isi dilakukan dengan menggunakan pengukuran yang reliabel dan valid berdasarkan indikator yang ditentukan, dan menggunakan perhitungan statistik untuk mencapai atau menarik kesimpulan dari apa yang ingin dipelajari.¹

2. Pesan Dakwah

Dakwah adalah pesan berupa simbol-simbol dalam komunikasi. Dakwah mengacu pada topik Islam yang akan dibawakan oleh orang yang beragama atau Da'i. Keseluruhan item yang akan disampaikan komunikator disebut sebagai pesan.² Namun, beberapa orang percaya bahwa apa yang dikomunikasikan komunikator kepada penerima juga merupakan pesan. Pesan dapat disampaikan dengan menggunakan simbol-simbol yang bersifat verbal atau nonverbal. Simbol nonverbal dapat berupa nada suara dan gerakan, atau fisik, yang meliputi gerakan wajah, tangan dan jari, gerakan mata, atau postur tubuh seperti penampilan atau memberi dapat dengan membunyikan sesuatu atau menunjuk sesuatu.

3. Instagram

Instagram merupakan media sosial berbasis gambar yang menyediakan layanan berbagi foto dan video secara online. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti halnya kamera polaroid yang saat itu lebih dikenal dengan istilah “foto instan”. Aplikasi ini merupakan salah satu media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi

¹ Kort-Butler L, *Content Analysis In The Study Of Crime, Media, And Popular Culture*, (2016).

² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Bina Cipta, 1997), hlm.7

dengan penggunaannya.

4. Animasi

Animasi berasal dari kata “Animation” yang dalam bahasa Inggris “*to animate*” yang artinya menggerakkan. Jadi animasi dapat diartikan sebagai menggerakkan sesuatu (gambar atau objek) yang diam. Dewasa ini banyak sekali penggunaan animasi untuk kepentingan masyarakat, misalnya film yang sangat umum digunakan dalam versi animasi yang dinilai lebih cepat sampai dengan pesan yang terkandung di dalamnya tidak hanya itu penggunaan animasi kini merambah ke syiar Islam.

F. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan kajian pustaka, ditemukan beberapa penelitian relevan terkait dakwah melalui animasi dalam rangka menyampaikan pesan dakwah pada unggahan akun Instagram @yakuuya, antara lain sebagai berikut:

Terdapat penelitian Analisis Muatan Pesan Dakwah Melalui Media Cetak (Kajian Terhadap Buletin Al-Wustho th. 2002) oleh Eviyati Khasanah pada tahun 2004. Fokus penelitian ini adalah bagaimana memahami isi pesan materi dakwah. Materinya meliputi akidah, syari’at, dan akhlak. Materi yang disampaikan sesuai dengan karakteristik, yaitu tidak terjebak pada masalah khilafiyah dan terfokus pada masalah umum.

Yusri juga mempelajari Komunikasi Visual Pesantren Ar-Risalah dengan Media Billboard. Penelitian ini menghasilkan baliho yang menampilkan ikon, foto, dan keunggulan pondok pesantren Ar-Risalah, menarik perhatian dan rasa penasaran masyarakat. Selanjutnya, penelitian tentang komunikasi visual animasi instruksional sedang dilakukan. Mutiara Latifah Hakim "Perlakukan Uang Anda Dengan Hati-hati." Penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat agar lebih memahami bagaimana uang diproses. Selain bersifat edukatif, kartun ini dapat membuat senang

orang yang melihatnya. Uang berfungsi sebagai narator film, yang bermaksud memberikan gambaran yang lebih menonjol kepada penonton tentang seperti apa animasi itu jika tidak disalahgunakan. Pencipta tidak menyukai gambar uang sehingga orang biasa dapat memahami maknanya dalam animasi ini.

Beberapa referensi penelitian diatas memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media komunikasi dalam menyampaikan dakwah dalam penelitian diatas yang berjudul paradigma baru mengemas dakwah melalui media televisi di era globalisasi, Analisis Muatan Pesan Dakwah Melalui Media Cetak (Kajian Terhadap Buletin Al- Wustho th. 2002). Sedangkan penelitian yang berjudul Komunikasi Visual Promosi Pesantren Ar-Risalah melalui Media Baliho dan Komunikasi Visual Animasi Edukasi “Perlakukanlah uangmu dengan peduli”. Penelitian ini juga memiliki kesamaan dalam menciptakan media baru berupa komunikasi visual berupa animasi.

Hasil penelitian skripsi Yosieana Duli Deslima (2018), mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”. Masalah yang dikaji dalam skripsi ini berkaitan dengan Instagram yang digunakan sebagai media dakwah. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah tentang dakwah di media sosial Instagram yang dapat dikemas secara menarik. Sedangkan perbedaanya peneliti ini menekankan animasi dakwah untuk untuk content analysis sedangkan penelitian Yosieana fokus pada penggunaan Instagram untuk media dakwah.

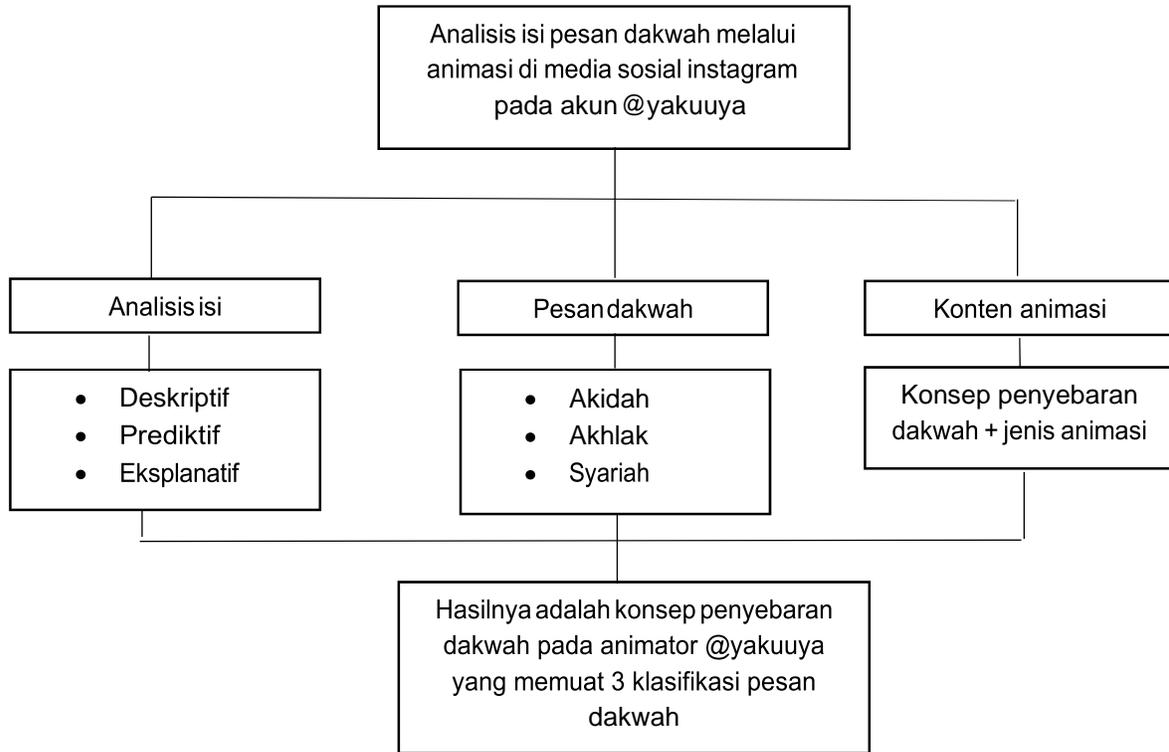
Kemudian, seorang mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto bernama Lenia (2021) melakukan penelitian tentang animasi dengan judul “Dakwah Melalui Animasi (Analisis Pesan Dakwah di akun Instagram @taats gram)”. Karena penulis meluncurkan terobosan dengan pembelajaran memanfaatkan animasi, maka pengembangan media animasi merupakan terobosan dalam dunia pendidikan. Tidak hanya inovasi media animasi dalam pendidikan, tetapi juga dapat menjadi langkah strategis dalam menyampaikan ajaran dakwah di media berita karena teknologi yang lebih baik akan membuat orang mencari ide-ide baru. Penelitian tesis Lenin menjadi sumber bagi penulis ketika meneliti media animasi. Persamaan dan perbedaan dari penelitian ini adalah pada pesan yang dievaluasi dalam media animasi; Lenia mempelajari pesan dakwah dalam bentuk animasi tetapi tertulis. Penelitian ini mengkaji tentang analisis isi pernyataan dakwah menggunakan media animasi pada akun Instagram @yakuuya.

Walaupun terdapat referensi seperti skripsi-skripsi tersebut, namun terdapat perbedaan fokus penelitian yaitu skripsi penulis mengkaji pesan animasi dakwah melalui Instagram pada akun @yakuuya dengan menggunakan analisis isi pada konten di akun @yakuuya.

G. Kerangka Teori

Penulis dalam penelitian ini memberikan batasan ruang lingkup penelitian dalam pembahasannya sehingga adanya kerangka teori dijadikan sebagai penjelas ruang lingkup bahasan penelitian yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Animasi Di Media Sosial Instagram Pada Akun

@yakuuya”, diantaranya yaitu:



Gambar 2.1. Kerangka Teori

H. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah

Melalui Animasi Di Media Sosial Instagram Pada Akun @yakuuya, antara

lain:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam buku *Understanding Qualitative Research*, Bog dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penelitian yang menghasilkan deskripsi fakta atau gambaran orang dan perilaku yang diamati dalam bentuk kata-kata tertulis.³ Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengkarakterisasi, menjelaskan, dan mengartikulasikan ide atau konsep apa yang ada dan berdasarkan kenyataan di lapangan. Metode ini digunakan untuk membahas dan memaparkan bagaimana menilai isi pesan dakwah melalui animasi pada akun Instagram @yakuuya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelusuran kepustakaan, dimana data atau informasi dikumpulkan dari beberapa perpustakaan, baik di perpustakaan atau tempat lain seperti buku, majalah, bahan dokumentasi, surat kabar, internet, dan lain-lain.⁴

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek dan objek yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

a. Subjek

³ Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 21.

⁴ Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hlm. 14

Yang dimaksud subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembubutan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 862). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah akun Instagram @yakuuya. Oleh karena itu, responden utama adalah pemilik akun Instagram @yakuuya.

b. Objek

Yang dimaksud objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 662). Menurut (Supranto, 2000: 21) Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial Instagram pada akun @yakuuya.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di kediaman pribadi penulis di Jl. Korea Permai II Rt. 04 Desa Makmur Mulia Kecamatan Satui Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan. Dengan mengamati konten di akun Instagram @yakuuya.

4. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis data, yaitu sebagai berikut:

a. Data

Data yang digali dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis data, yaitu sebagai berikut:

- 1) Data primer adalah data asli yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dan asli dari sumbernya, untuk menjawab hasil penelitiannya secara spesifik. Data primer yang akan dicari dalam penelitian ini adalah bagaimana menganalisis isi pesan dakwah

animasi yang disampaikan oleh pengguna akun Instagram @yakuuya.

- 2) Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain, bukan dari peneliti secara langsung, artinya data yang dikumpulkan melalui tangan kedua untuk melengkapi data primer yang telah diperoleh peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini adalah sejarah media sosial Instagram, info kunjungan dari akun Instagram @yakuuya berdasarkan penilaian Instagram.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini antara lain:

- 3) Sumber data primer, diperoleh langsung melalui pengamat konten yang diposting pada akun Instagram @yakuuya secara online. Isi yang akan diteliti berjumlah 15 yang telah dipilih dan merupakan data utama yang diharapkan dapat menjawab pokok permasalahan yang diteliti.
- 4) Sumber data sekunder, diperoleh dari berbagai sumber seperti, buku, koran, internet, foto, video, catatan dan dokumentasi lain yang berhubungan dengan masalah ini. Sumber data sekunder ini digunakan untuk memperjelas dan melengkapi dari sumber data primer dan diharapkan mampu menjawab permasalahan utama yang akan diteliti.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dari sumber data,

Penelitian ini menggunakan Teknik sebagai berikut:

- a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh informasi untuk keperluan penelitian melalui sesi tanya jawab secara daring atau *online* dengan informan menggunakan pedoman wawancara yang telah ditentukan sebelumnya. Wawancara digunakan untuk memperoleh hasil tertulis guna memperoleh data yang diperlukan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pendekatan pengumpulan data yang melibatkan membaca atau merekam laporan yang sudah dapat diakses dari dokumen, rekaman audio visual, buku, dan bahan penelitian terkait lainnya.⁵ Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan mengamati secara langsung postingan dari akun Instagram @yakuuya, termasuk foto, video, dan *caption*.

6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah pemeriksaan sistematis terhadap data yang dikumpulkan atau disediakan untuk diproses sesuai dengan metode penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.⁶ Analisis ini dilakukan dengan menganalisis gagasan hasil penelitian untuk memastikan bahwa mereka sejalan dengan hasil yang diantisipasi dan dapat dijelaskan dalam penyelidikan ilmiah.

Pendekatan analisis data penulis dalam penelitian yang berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Animasi pada Media Sosial Instagram pada Akun @yakuuya” mengkaji data berdasarkan kesulitan yang terkait dengan topik. Data dalam penelitian ini akan dipetik berdasarkan tema pesan

⁵ Ahmad Tanzehh, Pengantar Metode Penelitian, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 66

⁶ Ismaul Nurdin & Sri Hartati, Metode Penelitian Sosial, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 207-208

dakwah, kemudian diteliti dengan melihat data yang terkumpul dengan tujuan memahami atau memaknai data tersebut karena data yang telah dimasukkan atau dikumpulkan belum mampu berbicara. sebelum analisis dan interpretasi.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Penulis menggunakan triangulasi data dalam teknik validitas atau validitas data. Triangulasi data adalah proses menelaah atau menelaah kembali data. Penulis menggunakan strategi untuk menentukan kebenaran data dengan memanfaatkan apa pun selain data untuk memeriksa atau membandingkan data.⁷

Penulis menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi data adalah proses penentuan kebenaran data atau informasi dengan menggunakan banyak sumber data. Dalam skenario ini, penulis meneliti data dari wawancara animator dan dokumen untuk mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian.

I. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, penulis akan menjabarkannya ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, meliputi latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

BAB II: Yang berisi deskripsi umum Animator dari akun Instagram @yakuuya, membahas tentang gambaran umum akun @yakuuya, konsep penyebaran dakwah oleh Animator melalui animasi, serta mengkaji pesan dakwah oleh Animator melalui media sosial Instagram.

⁷ Moloeng, J. Lexy, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009), hlm. 330-331

BAB III: Kajian dan pemetaan materi pokok pesan dakwah animasi pada media sosial Instagram oleh akun @yakuuya, berisi tentang penjelasan kajian penelitian Analisis Isi Pesan Dakwah melalui animasi pada Media Sosial Instagram, beserta dengan pemetaan pokok bahasan yang diteliti.

BAB IV: Analisis-kritis atau pembahasan, berisi tentang hasil penelitian penjelasan analisis isi pesan dakwah melalui animasi dan diposting di media sosial Instagram serta penyajian data dan pembahasan.

BAB V: Penutup, merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan rekomendasi.