

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada satu dekade terakhir berlangsung sangatlah cepat, sehingga jika kita tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi sekarang ini, maka kita dapat dipastikan akan sangat sulit untuk berkontribusi. Teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memperbaiki kinerja media massa atau media lama, namun juga menghadirkan media baru yang hadir di dalam kehidupan kita sehari-hari. Beragam bentuk media baru tersebut dipicu dengan hadirnya kombinasi antara komputer, *handphone* dan internet. Saat ini banyak teknologi digital yang sudah bekerja dengan mengubah apapun menjadi bentuk apapun, seperti suara, teks, foto, dan film ke dalam unit kode biner sehingga membentuk suatu audio visual yang dinamakan video.

Kemunculan media baru tidak bisa lepas dengan kemunculan internet di dunia ini. Internet memang sangat fenomenal di dunia ini. Zaman dahulu ketika orang ingin membaca berita harus berlangganan koran dengan media kertas untuk dapat saling berbagi informasi bahkan penyampaian informasi tergolong lebih lambat. Zaman sekarang terlihat perbedaannya sudah sangatlah jauh melalui koneksi internet, berita itu sekarang sudah tersaji di portal berita online yang bisa dibuka kapan saja dan dimana saja serta untuk berbagi informasi sekarang menjadi lebih cepat bahkan dalam hitungan menit sebuah informasi dapat tersebar luas. Perbedaan media baru dan media lama adalah media baru sudah tidak lagi

menggunakan media yang dicetak dan lebih menggunakan model penyiaran dalam memberikan informasinya yang memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak bahkan di seluruh dunia.

Selanjutnya perkembangan media massa yang sangat cepat membuat aktivitas dakwah tidak hanya dibebankan kepada *da'i* yang hanya mampu beretorika atau menyampaikan nasihat di atas mimbar. Akan tetapi untuk sekarang ini, bagi siapapun dengan keahlian yang dimilikinya dia bisa menjadikan dirinya sebagai *da'i*. Aktivitas dakwah tidak terbatas oleh waktu dan tempat, serta dalam kesempatan apapun, baik di waktu malam maupun siang.¹ Pada hakikatnya dakwah menyerukan kepada kebaikan, menuntun manusia untuk terus melakukan nilai-nilai Islam, karena Islam merupakan agama yang *rahmatan lil alamin*.

Dakwah merupakan ajakan, seruan, dan panggilan kepada kebaikan, sesuai dengan fitrah manusia, sekaligus seirama dengan tuntunan Al-Quran dan Hadits, Sebagaimana firman Allah Swt. dalam surah An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجُدْ لَهُمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125)

¹Abdullah Ahmad Al-'Allaf, *1001 Cara Berdakwah*, (Ziyad: Surakarta, 2008), 9.

Aktivitas penyampaian dakwah di era modern ini tidak hanya melalui dari mimbar serta tidak melulu harus berceramah. Sebab, jika aktivitas dakwah tidak mampu menyesuaikan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi sekarang, maka Islam akan jalan di tempat. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kebutuhan dan selera khalayak kepada objek dakwah (*mad'u*) juga sudah berbeda. Oleh sebab itu, penggunaan media komunikasi modern sesuai dengan perkembangan daya pikir manusia harus dimanfaatkan sedemikian rupa, agar pesan dakwah tepat mengenai sasaran dan berjalan efektif.

Media komunikasi massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa digunakan untuk menyebarkan pesan secara cepat kepada *audience* yang lebih luas dan menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.² Saat ini, dakwah tengah berada di era modern atau istilahnya bisa disebut dengan dakwah kontemporer, yakni dakwah menggunakan teknologi modern melalui sosial media, yakni gabungan antara media audio dan visual. Akan tetapi, kembali lagi konsepnya kepada *rahmatan lil 'alamin* karena dakwah perlu diupayakan agar mampu menembus segala kalangan usia.

Pada prinsipnya pesan apapun dapat dijadikan sebagai penyampaian proses dalam berdakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadits. Dakwah bukan hanya kewenangan ulama atau tokoh agama karena prinsipnya semua orang bisa berdakwah walaupun dengan ilmu seadanya yang dimilikinya serta dengan pemanfaatan semua teknologi atau media yang bisa dia gunakan sekarang ini untuk berdakwah yaitu mengajak kepada yang lebih baik.

²Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2017), 30.

Dapat dikatakan bahwa sesungguhnya sekarang media massa memiliki peranan penting dan memiliki kontribusi yang banyak serta sangat berhubungan erat dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Mengenai apa yang ada di masyarakat, maka itulah yang tercermin di dalam media massa. Apabila memang hanya dijadikan sebagai gambaran dari suatu keadaan, maka bisa diambil hikmah positifnya.

Melalui perkembangan media dakwah dengan teknologi modern ini juga menuntut semua pihak, khususnya para aktivis dakwah untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi yang dimaksud guna kemaslahatan umat manusia. Untuk menyampaikan pesan dakwah pada saat ini tidak hanya terbatas melalui radio dan media cetak saja, karena sekarang ini dakwah bisa diakses kapanpun dan di manapun asalkan mempunyai jaringan internet yang bagus serta mempunyai *gadget* pintar.

Salah satunya adalah berdakwah melalui sebuah film, karena film yang menggambarkan edukasi dan instruktif bisa mengajak semua lapisan masyarakat berbuat positif serta bisa memberikan pelajaran yang sangat berguna untuk kepentingan masyarakat.³ Kebanyakan film sekarang ini juga telah mampu menarik perhatian masyarakat dan lebih mudah diakses oleh penggunanya melalui *gadget* pintar. Kecenderungan masyarakat sekarang itu untuk lebih memilih menggunakan *gadget* pintar dibandingkan dengan menonton acara televisi karena dengan menggunakan *gadget* pintar kita bisa menonton acara apapun, di manapun, dan kapanpun serta tidak terbatas waktu dan ruang. *Gadget* pintar merupakan bagian

³Garing Nugroho, *Krisis dan Paradoks Film Indonesia*, (Jakarta: Esensi, 2010), 12.

dari teknologi yang dibutuhkan kehadirannya pada saat ini. Dunia yang sudah serba maju ini memang sudah sepatutnya kita mengenal *gadget* sebagai alat komunikasi untuk mempermudah masyarakat melaksanakan aktivitas kehidupan.⁴ Penggunaan *gadget* pintar dapat memberikan keleluasaan penggunaannya karena bentuknya yang kecil, bisa dimasukkan ke dalam kantong saku dan dapat dibawa dengan mudah ke mana-mana serta kita bisa mengakses apapun seperti mencari konten-konten video atau film bertema dakwah yang dapat kita akses melalui sebuah *website* atau platform aplikasi yang telah disediakan.

Selanjutnya proses perkembangan dakwah memasuki tantangan baru serta *tren* baru yang bernama *web series*. *Web series* adalah sebuah tampilan gabungan antara audio dan visual yang menyajikan acara-acara menarik serta bisa diakses dari seluruh dunia. Format acara ini seperti halnya sinetron yang ditayangkan melalui televisi, maka *web series* ditayangkan melalui platform atau aplikasi yang bernama *Web TV* dan bisa diakses melalui sebuah jaringan atau internet. Aplikasi yang menyediakan *web series* di antaranya seperti *youtube*, *vidio*, dan *maxstream*. Aplikasi ini merupakan media informasi yang hingga sekarang masih memiliki cukup banyak penonton.

Web series merupakan salah satu bentuk alternatif yang banyak diminati oleh masyarakat karena dapat mengamati secara seksama apa yang mungkin ditawarkan melalui sebuah peristiwa kehidupan yang terkadang relevan dengan masa sekarang yang ada dibalik setiap ceritanya. Melihat dari pengaruh film pendek yang sangat besar pada setiap diri manusia, penulis menyimpulkan bahwa film

⁴Azimah Subagijo, *Diet & Detoks Gadget*, (Jakarta: Mizan Media Utama, 2020), 22.

pendek merupakan salah satu media dakwah yang sangat bisa dipakai untuk kegiatan berdakwah di zaman yang modern ini. karena jika suatu film tersebut mempunyai durasi lebih panjang pada saat penayangannya, maka akan membuat penonton menjadi mudah bosan bahkan tidak tertarik untuk menontonnya.

Peneliti telah banyak melihat dan menemukan *web series* yang hanya menghibur penontonnya saja. Namun, ceritanya jauh dari nilai-nilai agamis dan tidak banyak mengandung pesan dakwah di dalamnya. Pada serial ini kita akan banyak menemukan pesan-pesan dakwah yang menarik dan disajikan dalam setiap episode yang ditayangkan. *Web series* ini mengisahkan tentang perjuangan anak muda yang bernama Gilang yang memiliki toko *barbershop*. Banyak masalah yang sedang dihadapi oleh Gilang seperti kebanyakan yang menimpa anak muda di zaman sekarang, yaitu masalah akhlak, jodoh, rezeki dan hal menarik yang lainnya serta menularkan nilai-nilai positif dalam setiap episodenya. Dengan dibuatnya penelitian ini agar dapat memberikan pencerahan bahwa *web series* pulang pulang ganteng juga mengandung pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada pemirsanya. Berdasarkan realitas di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul "**Analisis Pesan Dakwah dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng di Youtube**".

B. Definisi Operasional

Sejalan dengan judul penelitian untuk menghindari perbedaan pemahaman terhadap istilah pada penelitian ini, maka penulis memberikan istilah utama sebagai berikut:

1. Pesan dakwah. Sesuatu yang disampaikan dari seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) yang dapat berupa buah pikiran, keterangan atau pernyataan sebuah sikap. Pesan dakwah mempunyai tiga macam kategori yang sesuai dengan ajaran agama Islam yaitu akidah, akhlak, dan syariah.
2. *Web series*. Sebuah format acara berseri yang ditayangkan melalui sebuah platform atau kanal yang sedang berkembang di era sekarang seperti *youtube*. *Web series* pada penelitian ini yaitu berjudul pulang-pulang ganteng yang terdiri dari dua season dan memiliki total 30 episode pada setiap seasonnya.
3. Pulang-Pulang Ganteng. Sebuah acara *web series* yang bergenre drama komedi dan ditayangkan di kanal *youtube*, *maxstream*, dan *vidio*. *Web series* pulang-pulang ganteng ini menceritakan seorang pemilik barbershop bernama Gilang yang sedang mempertahankan usahanya untuk tetap beroperasi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja pesan dakwah syariah yang terdapat dalam *web series* pulang-pulang ganteng.
2. Apa saja pesan dakwah akhlak yang terdapat dalam *web series* pulang-pulang ganteng.
3. Apa saja pesan dakwah akidah yang terdapat dalam *web series* pulang-pulang ganteng?

D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan fokus penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja pesan dakwah syariah yang terdapat dalam *web series* pulang-pulang ganteng.
2. Untuk mengetahui apa saja pesan dakwah akhlak yang terdapat dalam *web series* pulang-pulang ganteng.
3. Untuk mengetahui saja pesan dakwah akidah yang terdapat dalam *web series* pulang-pulang ganteng.

E. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai sumber ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan, khususnya karya tulis ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi sebagai pengembangan dari pemahaman studi komunikasi dan penyiaran Islam dan pesan-pesan dakwah bisa di implementasikan dalam kehidupan kita sehari-hari.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat di antaranya sebagai berikut:

- a. Mahasiswa. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media untuk meningkatkan kualitas diri mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam sebagai juru dakwah dengan menggunakan film pendek sebagai media dakwah.
- b. Media sosial. Penelitian ini dapat menjadikan pengguna sosial media agar dapat menanamkan nilai-nilai dakwah sesuai dengan syarat Islam agar dapat meningkatkan kesadaran diri dalam kehidupan sehari-hari.
- c. *Nightbus Pictures*. Penelitian ini dapat menjadikan produser-produser *web series* agar lebih banyak membuat film yang mengandung pesan-pesan dakwah di dalamnya.
- d. Peneliti lainnya. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk membahas masalah film-film pendek yang berkaitan dakwah.

F. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menulis telusuri dan dianggap relevan untuk memperkuat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rusdianto, UIN Antasari Banjarmasin. Membahas mengenai Analogi Pesan dalam Komunikasi Dakwah Ustadz Das'ad Latif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan pesan dakwah yang terdapat dalam penelitian ini adalah pesan akidah, akhlak dan syariah. Adapun analogi yang selama ini di gunakan oleh Ustadz Das'ad Latif berupa perumpamaan-perumpamaan sederhana yaitu *amtsal* sebagai bentuk kreativitas dan daya tarik sendiri dalam kegiatan dakwah di masyarakat. Kategori analogi

yang digunakan beliau adalah analogi induktif dan juga analogi deklaratif yang di terapkan kedalam cerita/kisah, motivasi dan keadaan sosial yang di rasakan masyarakat.⁵ Berdasarkan uraian tersebut, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk menentukan fokus kajian penelitian. Penelitian ini membahas mengenai Analogi Pesan dalam Komunikasi Dakwah Ustadz Das'ad Latif, sedangkan objek penelitian penulis membahas mengenai *Web Series* pulang-pulang ganteng.

2. Cut Santi Ala, UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Membahas mengenai Analisis Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Hanan Attaki (Studi Pesan Hubungan antara Lawan Jenis) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan pesan dakwah yang disampaikan oleh ustadz Hanan Attaki dalam akun youtube pemuda hijrah secara keseluruhan mengandung tiga kategori pesan dakwah, yakni: pesan syariah meliputi sholat, zikir dan doa, serta pesan akhlak meliputi sabar, ikhlas, tawakal, rendah hati, huznudzon dan bersyukur.⁶ Berdasarkan uraian tersebut, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk menentukan fokus kajian penelitian. Penelitian ini membahas mengenai Analisis Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Hanan Attaki (Studi Pesan Hubungan antara Lawan Jenis), sedangkan objek penelitian penulis membahas mengenai *Web Series* pulang-pulang ganteng.

⁵Rusdianto, "Analogi Pesan dalam Komunikasi Dakwah Ustadz Das'ad Latif", *Skripsi*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin, 2021, 95.

⁶Cut Santi Ala, "Analisis Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Hanan Attaki (Studi Pesan Hubungan antara Lawan Jenis)", *Skripsi*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2015, 82.

3. Atika Fauziah Hasibuan, UIN Sumatera Utara. Membahas mengenai Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube: Kisah Islami dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah yang dimaksud di sini adalah pesan terdiri dari materi ajaran-ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunnah Rasul-Nya serta pesan-pesan lain yang berisi ajaran Islam. Pesan dakwah terdiri dari 3 kategori yaitu: aqidah, syariah, dan akhlak. Kategori pesan dakwah dakwah pada penelitian ini ialah pesan dakwah akhlak yang terdapat dalam kisah Nabi Yusuf a.s.⁷ Berdasarkan uraian tersebut, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk menentukan fokus kajian penelitian. Penelitian ini membahas mengenai Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube: Kisah Islami, sedangkan objek penelitian penulis membahas mengenai *Web Series* pulang-pulang ganteng.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan penyajian skripsi ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, yang meliputi: latar belakang masalah, definisi operasional, fokus penelitian, tujuan penelitian, alasan memilih judul, signifikansi penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.
2. Bab II Kajian Teori, yang meliputi pesan dakwah dan *web series*

⁷Atika Fauziah Hasibuan, "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube: Kisah Islami", *Skripsi*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara, 2021, 85.

3. Bab III Metode Penelitian, yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan prosedur penelitian.
4. Bab IV Hasil Penelitian, yang meliputi gambaran singkat lokasi penelitian, penyajian data, dan analisis data.
5. Bab V Penutup, yang meliputi simpulan dan saran.