

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan sangat pesat. Kemajuan tersebut telah mengantarkan umat manusia semakin mudah untuk berhubungan satu dengan lainnya. Berbagai informasi dan peristiwa yang terjadi dibelahan dunia dengan secara cepat dapat diketahui oleh manusia pada benua yang lain. Era globalisasi yang ditandai oleh semakin majunya teknologi komunikasi juga disebut dengan era informasi. Masyarakat dunia termasuk umat Islam dewasa ini dapat menikmati acara televisi dengan berbagai tayangan. Siaran televisi tersebut bukan hanya terpancar dari jaringan yang sifat nasional, tetapi juga dapat mengikuti jaringan internasional berkat adanya satelit yang dihubungkan dengan adanya parabola di rumah-rumah penduduk. Komunikasi disatu sisi menyampaikan informasi kepada orang lain terhadap gagasan atau ide kepada orang lain baik menggunakan media sedangkan disisi lain ingin mengubah pola pikir dan tingkah laku masyarakat. Fungsi komunikasi adalah potensi yang dapat di gunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.¹

Islam adalah agama moral, agama yang mementingkan isi atau kualitas seseorang. Kualitas seseorang disini adalah sikap dan perilaku baik yang dimiliki oleh seseorang baik secara *lahiriyah* maupun *ruhaniyah*. Bukan penampilan saja penunjukan keislaman seseorang, melainkan juga dalam pembentukan jiwa manusia dengan nilai-nilai moral dan keimanan. Salah satu nilai moral yang di ajarkan Islam

¹ Muhammad Rajab, “*Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Komunikasi*” dalam *Jurnal Tabligh* Vol.15, No.1, hal.69.

ialah berdakwah di jalan Allah dengan bijaksana serta dengan ajaran yang baik.²

Sesuai dengan firman Allah QS An-Nahl ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي
هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَدِينَ

Artinya: Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan nasehat baik dan bertukar pikiran dengan cara yang lebih baik, sesungguhnya Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya, dan Dialah yang mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

Dakwah merupakan sebuah upaya dan kegiatan baik dalam mewujudkan ucapan maupun perbuatan, yang mengandung ajakan atau seruan kepada orang lain untuk mengetahui, menghayati, dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari untuk meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat. (An-Nabiry, 2008:22) Proses penyampaian dakwah tidak terlepas dari proses komunikasi, karena dakwah sejatinya adalah sebuah komunikasi, *da'i* sebagai komunikator menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada *mad'u* sebagai komunikan dengan berbagai cara serta melalui berbagai media yang ada.³

Untuk mengaplikasikan dakwah maka dalam dunia dakwah, kita mengenal bahwa salah satu cara agar dakwah kita diterima oleh *mad'u* adalah dengan menyampaikan dakwah tersebut dengan cara baru dan yang berbeda dengan para *da'i* lainnya. Diantara hal yang mungkin bisa dikatakan baru dalam berdakwah adalah berdakwah dengan menggunakan media teknologi, terlebih lagi dengan teknologi internet karena semua orang bisa mengaksesnya.⁴

² Faizatun Nadzifah, "Pesan Dakwah Dosen Dakwah Stain Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus" dalam *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vo.1, No.1, hal.109.

³ Efa Rubawati, "Tantangan dan Peluang Dakwah" dalam *Jurnal Studi Komunikasi*. Vol.2, No.1, hal.127.

⁴ P. Paradianto "Menegakkan Dakwah Melalui New Media" dalam *Jurnal Komunikasi Islam*", Vol.3, No.1, hal.34.

Meskipun dakwah lebih menekankan kepada proses, namun hasil ataupun tujuan dari dakwah diharapkan dapat terjadi perubahan pada diri *mad'u* meliputi pengetahuan, pemahaman, sikap dan tindakan individu yang menyangkut aqidah, ibadah, *mu'amalah* dan akhlak. Perubahan tersebut dimungkinkan oleh karena terjadinya perubahan nilai yang secara aktual dianut oleh seseorang *mad'u*.⁵

Pada prinsipnya dakwah merupakan aktivitas mengubah sasaran dakwah agar mengikuti dan menjalankan ajaran Islam. Ajakan ini dilakukan dengan mendekati sasaran sesuai dengan karakteristik mereka dan kecenderungan mereka. Ketika kita menggunakan suatu media, maka jenis media dan karakter komunitas pengguna media perlu difahami, sebab perbedaan kultur pengguna mempengaruhi kekuatan efek penggunaan media sosial.

Terkait dengan aktivitas dakwah, *da'i* juga dapat dimanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Pemahaman terhadap karakteristik pengguna media dan kepentingan mereka (baik yang disadari atau tidak) dapat dikembangkan prinsip berdakwah via media sosial. Hal tersebut karena media sosial dapat menjadikan setiap orang untuk mejadi komunikator massa. Setiap individu bisa menjadi narasumber maupun menjadi *da'i* tanpa harus melalui media televisi, radio maupun media cetak.⁶

Dakwah juga dikatakan sebagai proses perubahan sosial karena perubahan nilai pada tingkat individu-individu dapat merambah ke tingkat masyarakat sebagai akibat interaksi sosial antar individu anggota masyarakat, baik sebagai *da'i* maupun *mad'u*. Dengan timbul pandangan tentang dakwah sebagai proses komunikasi dan proses perubahan sosial tersebut maka pola gerakan dakwah yang terfokus pada

⁵ Efa Rubawati, "Tantangan dan Peluang Dakwah" dalam *Jurnal Studi Komunikasi*. Vol.2, No.1, hal.127.

⁶ Muhamad Musthofa, "Prinsip Dakwah Via Media Sosial" dalam *Jurnal Aplikasi Ilmu dan Ilmu Agama*, Vol.16, No.1, hal. 51)

dakwah secara lisan menjadi tidak memadai lagi, apalagi bila aktivitas dakwah berhadapan dengan berbagai masalah dan tantangan sosial di era media baru saat ini. Oleh karena itu, hadirnya internet sebagai media baru dengan interaktivitas dan konektivitas yang tinggi dewasa ini telah memungkinkan pengembangan aktivitas dakwah yang lebih konvergensif dan membedakannya dengan pola konvensional. Dakwah menjadi lebih mudah, tak terbatas ruang dan waktu serta murah dan terbuka.⁷

Salah satu faktor tantangan dakwah adalah hadirnya era milenial. Era milenial dapat disebut juga dengan era post-modern, dimana pemuda dan remajanya adalah mereka yang lahir pada kisaran tahun 1981 hingga tahun 2000, yaitu yang sekarang berusia kisaran 18 tahun hingga 37 tahun. Generasi milenial hidup pada era informasi yang diperoleh secara terbuka dari internet.⁸

Generasi milenial dengan dunia siber atau internet, membuat banyak pengaruh pada kondisi sosial masyarakat, salah satunya pada produksi film animasi Indonesia yang berdurasi pendek yang kemudian di unggah pada situs youtube. Banyak kita temukan bahwa tayangan edukasi Islam bagi anak-anak di Indonesia masih sangat kurang. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi bangsa Indonesia khususnya bagi orangtua untuk mengangkat kembali film animasi agar anak-anak tidak terjerumus menonton tontonan yang belum sesuai umur dengan mereka.⁹

Pada generasi milenial internet merupakan media baru dalam kebutuhan akan penyediaan informasi bagi segelintir kelompok masyarakat di dunia. Dalam proses

⁷ Efa Rubawati, "Tantangan dan Peluang Dakwah" dalam *Jurnal Studi Komunikasi*. Vol.2, No.1, hal.128-129.

⁸ Christiany Juditha, "Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial Use of Digital Media and Political Participation Milenial Generation" dalam *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol.22, No.2, hal. 95.

⁹ Rizqy Gusti Ananda, "Generasi Milenial dengan Berbagai Dampak Negatif dan Positif dari Sebuah Teknologi" (<https://www.kompasiana.com/> diakses pada 5 November 2019).

perkembangannya muncul fitur internet yang dikenal dengan istilah media sosial. Kaplan dan Haenlin (2010) memberikan definisi media sosial “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*”.

Perkembangan internet berkembang dengan pesat sesuai dengan pertumbuhan perkembangan situasi sosial yang ada. Media sosial telah menjadi salah satu varian internet yang juga dikembangkan dengan pesat. Salah satu bentuknya adalah situs video youtube. Walau dalam perkembangannya situs video youtube tidak lagi hanya digunakan lagi sebagai media untuk mengunggah dan membagikan video-video pribadi kepada rekan-rekan terdekat saja, tetapi lebih dari itu. Dilihat dari pemikiran teori *intercultural adaptation* yang mengatakan bahwa saat ini bangsa Indonesia telah masuk dalam tahap adaptation terhadap penggunaan berbagai media sosial termasuk situs video youtube. Melalui para pengguna situs video youtube yaitu seorang Presiden hingga para kaum milenial.¹⁰

Menurut Ibiz Fernandes dalam bukunya *Macromedia Flash Animation & Cartooning: A creative Guide*, animasi didefinisikan sebagai berikut: “*Animation is the process of recording and playing back a sequence of still to achieve the illusion of continues motion*” yang artinya kurang lebih adalah: “Animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan”. Animasi adalah gambar bergerak yang berasal dari kumpulan berbagai objek yang disusun secara khusus sehingga bergerak sesuai alur yang sudah ditentukan pada setiap hitungan waktu. Objek yang dimaksud adalah gambar manusia, tulisan teks, gambar hewan, gambar tumbuhan, gedung, dan bangunan lainnya.

¹⁰ Edy Chandra, “*Youtube Citra Media Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*” dalam *Jurnal Muara*, Vol.1, No.2, hal. 406.

Channel youtube adalah sebuah layanan pada akun youtube yang dapat dikelola oleh beberapa akun gmail yang terpaut pada youtube. channel digunakan untuk mengupload video di youtube mempublikasikan youtube seperti menghapus video yang telah diupload, maupun berkomentar pada video orang lain. Kebanyakan film animasi saat ini dipublikasikan melalui media sosial youtube. youtube adalah sebuah situs web yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Pada media ini menyediakan mengunggah akun dan juga channel untuk penggunaanya.¹¹

Dengan kehadiran serial animasi Nussa dan Rara ini mampu menjawab tantangan itu semua. Nussa Official hadir sebagai edukasi bagi anak-anak yang kemudian disajikan melalui tampilan animasi. Konten yang disajikan pun selalu mengajarkan nilai-nilai kebaikan islami. Hal yang membedakan dari animasi Nussa Rara dengan animasi yang lain, dikarenakan cerita yang diangkat selalu berkaitan dengan ajaran agama Islam terutama dalam hal mengerjakan kebaikan.¹²

Karakter dalam serial animasi Nussa dan Rara digambarkan dengan seorang laki-laki yang berpakaian gamis lengkap dengan kopiah putihnya. Sebagai latar belakang yang memiliki penyandang disabilitas dibagian kaki sebelah kiri. Sedangkan Rara sendiri yang berperan sebagai adik dari Nussa berumur sekitar lima tahun yang digambarkan dengan pakaian menggunakan gamis dan jilbab.¹³

Dengan hadirnya serial animasi Nussa dan Rara di channel youtube Nussa Official ini, banyak menarik perhatian bagi kaum milenial khususnya bagi anak-anak dan juga orangtua. Oleh sebab itu, penulis tertarik dan sepakat untuk

¹¹ R. Arini, Skripsi: "Etika Dalam Komunikasi dalam Serial Nussa di Channel Youtube Nussa Official" (Banjarmasin: UIN Antasari, 2019), hal.3.

¹² Rizky Ayu Nabila, "Nussa Official, Edukasi Islami Melalui Animasi" (<https://www.kompasiana.com>/diakses pada 25 Oktober 2019).

¹³ Nur Fina Fitri Melina, "Nussa dan Rara: Gebrakan Animasi Indonesia, Siapa Sih di Belakangnya?" (<https://www.tribunnews.com>/diakses pada 16 November 2019).

melakukan penelitian tentang “**Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official)**”.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian permasalahan yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya melalui latar belakang masalah di atas adalah dalam penggunaan teknologi informasi melalui media sosial youtube yang digunakan sebagai media dakwah di era milenial.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan media sosial youtube sebagai media dakwah di era milenial pada channel youtube Nussa Official?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial youtube sebagai media dakwah di era milenial pada channel Nussa Official.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memiliki manfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ilmu dakwah dan media baru di era milenial, khususnya pada media sosial youtube sebagai media dakwah di era milenial.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, memberikan wawasan baru tentang teori, dan memberikan evaluasi atau masukan kepada para pegiat dakwah untuk lebih kreatif dalam menggunakan media sosial youtube sebagai media dakwah.