

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara bahasa dakwah berasal dari bahasa arab yang memiliki arti memanggil, ajakan atau seruan.(Syukir, 1983) Dakwah merupakan aktivitas mengajak, memanggil dan menyeru orang lain agar mengikuti perintah dan petunjuk Allah SWT, seluruh umat muslim dapat melakukan kegiatan dakwah tidak hanya dilakukan oleh seorang ulama atau seorang tokoh masyarakat.(Ali Aziz, 2004) Kegiatan dakwah merupakan sebuah proses mengubah seseorang ataupun masyarakat luas baik pemikiran, perasaan dan perilaku dari kondisi yang buruk menuju kondisi yang lebih baik, agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.(Ilaihi, 2010) Kiranya terdapat tiga unsur penting dalam aktivitas dakwah, anatar alin adalah *maudhu* atau pesan dakwah yang berisikan segala bentuk ajaran islam baik yang ada di dalam kitabullah maupun sunnah rosul. *Da'i* atau subyek dakwah yang merupakan penyampai materi pesan dakwah dan mad'u atau obyek dakwah yang berarti orang atau masyarakat yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.(AS, 2009)

Da'i perlu mempertimbangkan tingkat dan kondisi berpikir mad'u(penerima dakwah)(A. Wahab & Djohan, 2000) baik dari segi budaya, segi sosial, segi tingkatan usia. Di era informasi dan teknologi, pendekatan da'i terhadap mad'u berbeda zaman dahulu dengan sekarang. Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai macam wasilah yang dapat menarik perhatian mad'u untuk menerima dakwah.(Moeniri, 2017) Kiranya terdapat empat era pola komunikasi yaitu era kesukuan(tribal), era tulisan(*littrate*), era cetak(*print*) dan era elektronik.(Al Kusani, 2019) Saat ini merupakan era 4.0 yang mengedepankan internet sebagai media yang digunakan dalam berbagai macam kegiatan, data menunjukkan bahwa

pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 112 juta orang, bahkan diperkirakan jumlah pengguna internet akan semakin banyak pada tahun mendatang. (Admin, 2019b) Hal ini merupakan peluang dan tantangan dalam melaksanakan aktivitas dakwah, kegiatan dakwah juga perlu merambah dunia maya melalui beberapa media sosial yang ada.

Keadaan saat ini atau dewasa ini juga dapat dimaknai dengan istilah kontemporer. Profil masyarakat sangat beragam dalam era kontemporer saat ini, maka dari itu harus disikapi secara kritis dengan menelaah setiap permasalahan yang berkembang. (Rakhmawati, 2013) Strategi dakwah kontemporer menitik beratkan pada tiga hal yaitu da'i kontemporer, materi dakwah kontemporer dan penggunaan media teknologi kontemporer.

Istilah "*al-Islam Shaalihun likulli zaman wa makaan*" (Islam itu selalu relevan dengan segala waktu dan tempat) *statement* tersebut menyatakan bahwa agama islam dapat diterima dalam segala macam situasi dan kondisi. Meskipun *dai* dan *mad'u* dalam agama islam berubah dan berkembang setelah hampir 15 abad silam setelah diturunkan pertama kali di Mekah.

Aktivitas dan kegiatan dakwah saat ini mengalami pergeseran dan tidak melulu hanya menggunakan masjid sebagai pusat penyampaian pesan dakwah yang efektif, dengan kemajuan teknologi maka perlu adanya alternatif lain dalam menyampaikan dakwah itu sendiri. (Eka Ardhana, 1995) Kemajuan teknologi menawarkan banyak pilihan kepada para dai untuk memilih media apa yang cocok mereka gunakan untuk menyampaikan dakwahnya. Beberapa dai yang memanfaatkan media sosial dalam berdakwah antara lain Hanan Attaki, Abdul Somad, Felix Siau, Haneen Akira, Adi Hidayat yang memiliki banyak pengikut di sosial media. (Al Kusani, 2019)

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dengan penerima yang sifatnya terbuka, dimana orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media-media tersebut ragam macamnya salah satunya media sosial yang di dalamnya sendiri banyak macamnya antara lain twitter, facebook, instagram, youtube. Keseluruhan media tersebut memiliki spesifikasi yang berbeda-beda. Media sosial youtube menjadi menarik dikaji karena merupakan situs yang populer di web, dengan menyumbang 20% lalu lintas web dan 10% dari total lalu lintas internet. Youtube adalah media sosial berbentuk situs web yang digunakan oleh pengguna untuk mengunggah, menonton dan berbagi video.

Pendakwah atau da'i yang cukup menarik saat ini adalah kegiatan berdakwah yang dilakukan oleh Miko Cak Coy Pathoknegoro. Miko Cak Coy merupakan salah satu sosok unik yang berdakwah menggunakan media wayang. Isi dakwah yang disampaikan ketika berdalang sering dihubungkan dengan permasalahan-permasalahan kekiniaan dan dapat diterima oleh kalangan muda meskipun media yang digunakan terkesan kolot yaitu wayang.

Wayang adalah sebuah budaya jawa yang diperkirakan sudah ada sebelum ajaran islama berkembang di Nusantara(Wangi, 1999) selain itu wayang juga merupakan sebuah seni. Bentuk keseniannya adalah sebuah penampilan adegan drama bayangan boneka yang terbuat dari kulit binatang, pipih, diwarnai dan bertongkat. Pada saat acara pewayangan maka terdapat sosok dalang (aktor yang memainkan boneka) dan lakon (tokoh yang dipermainkan).(Mulyono, 1975, hal. 87)

Banyak referensi yang menyatakan siapa penggagas kesenian ini, tapi jika berbicara siapa yang melakukan akulturasi budaya wayang maka mayoritas sepakat sosok wali Sunan Kalijaga lah inisiatornya.(Djajasoebata, 1999a, hal. 79) Bahkan budaya ini tidak hanya

sebagai hiburan dan syiar islam, tetapi sampai menjadi identitas dan cara diplomasi sebuah kerajaan.(Poespaningrat, 2005, hal. 5)

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa, budaya wayang yang merupakan warisan dunia teridentifikasi akan punah. Seperti tidak adanya generasi penerus sebagai penerima tongkat estafet dalam pelestarian budaya wayang(Diani, 2015) maupun permasalahan kesejahteraan dalang itu sendiri(Kusbiyanto, 2015). Meskipun demikian, ada beberapa upaya yang telah dilakukan agar budaya ini tetap bisa dijaga, seperti dengan merancang web-komik tentang wayang(Ayuswantana & Rizkiantono, 2014) bahkan hingga pembuatan perangkat lunak(Awal et al., 2011).

Perbedaan realita dengan idealita di atas menunjukkan bahwa meskipun media wayang yang notabnya sarat akan makna dan terkesan ‘kuno’ tetapi perlu ada pihak-pihak yang ikut serta dalam melestarikan budaya ini. Miko Cak Coy Pathoknegoro merupakan salah satu aktor yang terlibat dalam melestarian budaya tersebut dan mengenalkan kepada kalangan milenial. Miko mengemas wayang menjadi hal yang dapat diterima oleh kalangan muda. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan menjadikan *performance* yang dilakukan untuk di unggah dalam media kontemporer yang kerap diakses oleh kalangan muda. Media yang digunakan adalah website dengan domain mikocakcoy.com, channel youtube Miko Cakcoy Official dengan subscriber sebanyak 240 K dan akun instagram @mikocakcoy dengan followers sebanyak 1.893 ribu.

Saat ini Miko(Admin, 2019) telah menjadi dalang sebanyak 50 kali, menjadi MC sebanyak 150 kali, ceramah 7 kali dan menyanyi sebanyak 200 kali. Berdasarkan penelusuran terakhir, website yang dijadikan sumber sudah tidak aktif lagi. Setelah dikonfirmasi memang website pribadinya sudah tidak aktif, dan jumlah undangan manggung semakin menurun pada

era pandemi ini. Tetapi melalui Channel Youtube Miko Cak Coy setidaknya ada 10 kegiatan beliau menjadi MC.

Miko Cak Coy Pathoknegoro memiliki keunikan dari dalang lainnya, setidaknya terlihat jelas dengan spesifikasi audiens yang biasanya diisi oleh kalangan milenial. Salah satu kegiatan rutin yang menjadi pembeda dengan dalang yang lain adalah kegiatan *Miko Cak Coy Goes To School*. Memang kegiatan di sekolah tidak melulu dengan berdalang, seperti MC, menyanyi, berceramah ataupun mewayang itu sendiri. Ke semua kegiatan tersebut juga disisipi pesan dakwah dengan menggunakan istilah-istilah yang sedang hits saat itu. Setidaknya terdapat 14 kegiatan *goes to school* yang diunggah dalam kanal youtube pribadinya.

Salah satu video yang viral dan cukup menarik untuk diperhatikan adalah ketika Miko Cak Coy melakukan kegiatan mendalang di salah satu sekolah dasar, pada saat itu siswa sekolah dasar lebih hafal lagu *cendol dawet* dari pada lagu anak lawasan yang memiliki banyak pesan moral di dalamnya.

Dari keseluruhan latar belakang tersebut maka menarik untuk dikaji strategi dakwah seperti apa yang dilakukan oleh Miko Cak Coy Pathoknegoro. Maka penulis akan melakukan sebuah penelitian dengan judul **“DAKWAH MELALUI MEDIA WAYANG: STUDI PADA STRATEGI DAKWAH MIKO CAK COY PATHOKNEGORO”**, karena kegiatan dakwah yang dilakukan berbeda dan menarik untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dakwah melalui media wayang yang dilakukan oleh Miko Cak Coy Pathoknegoro?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah melalui media wayang yang dilakukan oleh Miko Cak Coy Pathoknegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan di atas, maka terdapat dua kelompok manfaat dalam penelitian ini :

- 1.4.1 Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi para peneliti khususnya dari jurusan jurnalistik dan jurusan ilmu komunikasi agar dapat mengembangkan penelitian ini, dengan demikian akan menghasilkan sebuah rumusan, teori dan perspektif baru bagi dunia jurnalistik.
- 1.4.2 Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan kita dapat mengambil pelajaran terkait strategi dakwah kontemporer.