

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat menyebabkan semakin berkembangnya media komunikasi dan strategi dakwah. Saat ini dakwah tidak hanya dilakukan secara tatap muka, tetapi dapat dilakukan secara tertulis dengan menggunakan media sebagai perantara untuk menyampaikan pesan moral yang baik. Selain melalui ucapan, kegiatan dakwah juga dapat dilakukan melalui secara tertulis, seperti surat kabar, buku harian, serta buku cerita, dan novel.

Dakwah melalui media cetak atau yang biasa dikenal dengan dakwah *bil qalam* adalah sarana dan cara penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u* melalui media cetak, baik surat kabar, majalah, buku, maupun dalam bentuk tulisan dan artikel lainnya. Sedangkan menurut Jalaludin Rahmat dalam karyanya, Islam aktual mengatakan bahwa dakwah *bil qalam* adalah dakwah melalui media cetak (Haris, 2020).

Kegiatan dakwah merupakan suatu aktivitas yang mulia, dimana setiap Muslim dapat melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* sehingga tujuan dakwah yakni agar mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat dapat tercapai. Para pendakwah harus bisa memanfaatkan media massa untuk berdakwah. Salah satunya dengan menggunakan metode dakwah *bil qalam* melalui media cetak dengan cara mengajak dan argumentasi yang baik melalui tulisan, sehingga *Da'i* dapat berdakwah dengan baik secara tersirat maupun terang-terangan.

Kewajiban untuk tetap melakukan dakwah di lingkungan masyarakat adalah tugas sebagai umat Muslim, karena berdakwah menjadi tanggung

jawab setiap umat Nabi Muhammad SAW, sebagaimana firman Allah SWT dalam kitab suci Al-Qur'an, surah Ali-Imran Ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya :

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Q.S. Ali-Imran:104).

Berdasarkan firman Allah *Subhanahu wa Ta'ala* di atas, dapat dipahami bahwa setiap orang berusaha memperbaiki diri agar dapat mempertimbangkan nasib orang lain. Dakwah dapat dilakukan melalui struktur-struktur yang ada di dalam kekuasaan, yang disebut dakwah struktural, atau melalui dakwah kultural yang menekankan pada pendekatan Islam yang disebut dakwah kultural. Dakwah kultural adalah kegiatan yang memanfaatkan adat, tradisi, seni dan budaya setempat dalam perjalanannya menuju kehidupan Islami (Fitriani, 2018).

*Maddah* (isi dakwah) merupakan salah satu unsur dakwah, yaitu pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. dalam hal ini sudah jelas yang menjadi *maddah* adalah ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu dapat dijadikan *maddah* dakwah yang mana garis besarnya adalah aqidah, syariah, akhlak. Sampaikanlah walau hanya dakwah sebagai proses penyampaian informasi tentang nilai-nilai dalam Islam yang berisi sekumpulan pesan-pesan baik yang akan disampaikan kepada umat manusia.

Pada dasarnya semua umat muslim berperan sebagai pendakwah atau komunikator, artinya orang yang harus menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* atau komunikan sesuai dengan H.R. Bukhori “sampaikanlah walau hanya satu ayat” (Rachman, 2019). Sudah menjadi kewajiban bahwa setiap umat muslim mempunyai tugas untuk menyampaikan dakwah kepada orang lain, sesuai dengan pengertian dakwah yaitu mendorong atau mengajak manusia dengan hikmah untuk melakukan kebijakan, kebaikan serta mengikuti petunjuk Allah *Subhanahu wa Ta'ala* dan Rasul-Nya, agar memperoleh kesejahteraan dan kebahagiaan dunia akhirat.

Wardi Bachtiar yang dikutip oleh (Rachman, 2019) dalam bukunya Metode Penelitian Ilmu Dakwah menyatakan bahwa pesan dakwah tidak lain adalah Al Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, beberapa sumber utamanya antara lain aqidah, syariah dan akhlak dengan berbagai cabang ilmu yang didapat darinya. Penyampaian dakwah itu sendiri harus tepat waktu agar pesan dakwah yang disampaikan *mad'u* atau penerima pesan dakwah.

Pesan dakwah merupakan isi pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah merupakan sebuah penyampaian ide, gagasan, atau informasi yang berupa ajakan atau seruan kepada kebenaran dan menaati perintah Allah *Subhanahu wa Ta'ala* secara bijaksana untuk mengamalkan ajaran Islam di kehidupan agar mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pesan dakwah dalam Al-Qur'an ini tertuang dalam konteks yang menunjukkan fungsi ajaran Islam, misalnya dalam Q.S. An-Nahl Ayat 125 disebut *sabili rabbika* (Rachman, 2019).

Pada era yang disebut sebagai lahirnya revolusi industri 4.0 membuat berbagai aspek kehidupan dapat tersistem secara digital dan terintegrasi

secara *online* (dalam jaringan). Mulai dari aktivitas mengunduh sampai membaca buku secara digital (*e-book*), berbelanja hingga berpergian juga menggunakan mode aplikasi *online*. Kehadiran berbagai macam aplikasi *online* tersebut tentu merupakan inovasi teknologi dan menjadi kebutuhan (realitas) sosial, terutama bagi masyarakat di wilayah perkotaan yang sekaligus juga membutuhkan kecepatan dan kemudahan mobilitas.

Kehadiran teknologi dalam bidang komunikasi selalu melalui perubahan dan pembaruan pesat dalam berbagai aspek pada kehidupan manusia. Teknologi hadir dan selalu berinovasi dalam bentuk positif untuk memberikan kemudahan kepada manusia. Secara tidak sadar, saat ini masyarakat berada pada komunikasi yang dibangun dalam dunia digital dimana media berkembang dalam bentuk media baru.

Media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Internet, *website*, *computer*, dan multimedia merupakan kategori yang termasuk dalam media baru. Menurut Vera yang dikutip dari (Yulandri & Soedomo, 2019) media cetak mengandalkan percetakan (*press*), media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, sedangkan media baru mengandalkan komputer.

Melalui perkembangan media dakwah dengan teknologi modern untuk senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi guna kemaslahatan umat manusia. Dahulu, ketika kita berbicara tentang dakwah, kita berpikir tentang seorang Ustadz yang berdiri di atas mimbar di depan orang yang mendengarkannya. Namun, dengan berkembangnya teknologi

media dan komunikasi, dakwah tidak lagi harus di masjid, tetapi dapat dilakukan dengan bantuan koneksi internet. Hal ini dikarenakan adanya ketertarikan antara dakwah dengan kemajuan ilmu pengetahuan teknologi, dalam arti media sosial dapat menjadi alat dakwah untuk menyebarkan konten dakwahnya sehingga mencapai tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh para *da'i* secara langsung.

Saat ini menyampaikan pesan dakwah tidak hanya dilakukan melalui media elektronik dan media cetak saja, melainkan dapat dilakukan melalui media komik. Komik merupakan gambar dua dimensi yang terdiri dari susunan gambar dan tulisan untuk mendukung guna membentuk alur atau cerita. Komik diterbitkan dalam berbagai format, mulai dari komik strip, komik cetak, bahkan komik *web* atau *webcomics*.

Selain dapat dijadikan media penyampaian pesan dakwah, komik kini dapat dijadikan sebagai mata pencarian. Karena keunikannya, pandangan mengenai komik perlahan-lahan mulai naik dari sekedar media hiburan menjadi media yang digunakan untuk periklanan, pendidikan, dan bahkan pekerjaan yang bermanfaat. Hal ini tidak terlepas dari tugas komik yang dapat membagikan nuansa baru bagi komunikasi global dalam lingkungan kehidupan modern (Marfu'ah, 2019). Dalam penelitian ini media komik yang dimaksud yaitu komik *web* yang menyediakan sebuah *Platform Webcomic* seperti *LINE Webtoon*. Oleh karena itu, *Webtoon* kini tidak hanya sekedar komik biasa, melainkan dapat menjadi cara baru dalam melakukan dakwah.

*Webtoon* merupakan salah satu media yang berperan dalam aktivitas dakwah, *webtoon* tersebut yang telah melahirkan *genre Slice of life* dengan

nilai keislaman yang beragam. *Webtoon* sendiri merupakan *platform* komik digital Korea Selatan yang diluncurkan oleh perusahaan teknologi yaitu *LINE Corporation* dan *NAVER Corporation*. Korea Selatan adalah salah satu negara terdepan dalam pengembangan teknologi internet dan komunikasi. Pada akhir April 2015, *LINE* meluncurkan *LINE Webtoon* untuk pertama kalinya di Indonesia, dan dalam waktu sekitar satu tahun setelah *LINE Webtoon* hadir di Indonesia, aplikasi tersebut telah diunduh oleh sekitar 35 juta orang di seluruh dunia, dan di Indonesia bahkan telah diunduh oleh 6 juta orang atau pengguna aktif (Lestari & Irwansyah, 2020).

*Webtoon* juga merupakan sebuah komik digital yang berisikan cerita bergambar dalam bentuk komik digital dengan menggunakan jaringan internet. Jika dilihat dari gambarnya, *webtoon* dianggap sebagai bagian dari *manhwa*. *Manhwa* merupakan komik khas Korea yang didukung oleh teknologi digital dan menggunakan jaringan dari situs *web* dan ponsel. Sementara *manga* merupakan komik khas Jepang. Sebelum adanya komik digital, komik yang awalnya dalam bentuk cetak, kini mulai berpindah ke media elektronik dan disalurkan melalui internet, sehingga saat ini internet mengubah sifat industri buku dan mengubah cara penjualan buku. Sebelumnya, komik hanya diterbitkan dalam bentuk cetak sebagai buku atau sebagai kolom pada surat kabar dan dalam bentuk lain sebagai film animasi.

“Ngopi Yuk!” Merupakan salah satu komik yang bergenre *slice of life* dan diterbitkan pada tahun 2017 melalui *Webtoon*. Pada bulan Maret 2022 telah mencapai 1.4 juta pengikut dan memiliki bintang 9.80 dari pembacanya (*Webtoon Ngopi Yuk!*, 2022). “Ngopi Yuk!” Memiliki latar belakang cerita mengenai kehidupan sehari-hari di warung kopi yang mana Pak Gundul

menjadi peran utama dalam komik ini. Pak Gundul yang memiliki sifat bijaksana sehingga membuat proses pesan itu memiliki arti. *Webtoon* “Ngopi Yuk!” Menggunakan bahasa pada umumnya digunakan dalam sehari-hari sehingga pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang tidak baku atau informal.

Dengan pesatnya teknologi ini, masyarakat semakin mudah mengakses internet untuk mendapatkan berbagai sumber hiburan, pendidikan, serta informasi *online* dengan mengisi waktu luang mereka, termasuk membaca komik digital seperti *webtoon*. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam *Webtoon* “Ngopi Yuk!” di kalangan remaja melalui komik digital.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pesan Dakwah yang terkandung dalam *webtoon* “Ngopi Yuk!”?
2. Bagaimana pandangan remaja mengenai pesan dakwah setelah membaca *webtoon* “Ngopi Yuk!”?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam *webtoon* “Ngopi Yuk!”.
2. Untuk mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam *webtoon* “Ngopi Yuk!” Di kalangan remaja.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi Ilmu Komunikasi mengenai pesan dakwah yang terkandung dalam *webtoon*. Khususnya yang berkaitan dengan aplikasi dan media baru yang terus

berkembang.

## 2. Bagi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan memperluas wawasan pemanfaatan aplikasi *webtoon* mengenai pesan dakwah yang terkandung di dalamnya dikalangan remaja.