

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Agama Islam tidak bisa dilepaskan dari dakwah yang merupakan komponen krusial. Pengaruh Islam dapat menyebar dengan cepat ke seluruh dunia melalui ajarannya. Setiap umat Islam wajib menyebarkannya. Tentu saja tergantung kapasitas masing-masing orang. Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125:

﴿ اُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝ ١٢٥ ﴾

“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.”

Wasilah (media dakwah) merupakan komponen penting dalam dakwah. Sebab *da'i* dapat mengomunikasikan isi pesan kepada *mad'u* melalui media dakwah. *Mad'u* melalui media dakwah. Dengan media dakwah maka operasional dakwah akan berjalan tanpa hambatan. Kemajuan teknis semakin cepat dan tidak dapat dihindarkan, terutama di zaman sekarang ini. Begitu hal yang sama juga benar dengan media dakwah yang semakin beragam.

Dakwah kini dikomunikasikan melalui berbagai media, antara lain televisi, radio, publikasi, dan internet, termasuk media sosial. Dakwah kini dapat diakses lebih luas oleh semua kelompok karena adanya media tersebut. Internet merupakan salah satu bentuk media yang paling sederhana saat ini dan banyak digunakan karena nyaman dan dapat digunakan kapan saja. Namun siaran radio siaran hanya tersedia pada jam-jam tertentu saja. Tersedia secara eksklusif pada jam-jam tertentu. Berbagai jenis konten dakwah juga tersedia secara online,

khususnya di media sosial. Demi dakwah, kini banyak dai yang mengunggah informasi di media sosial.

Media sosial jenis ini memiliki manfaat tersendiri seperti *YouTube*. *YouTube* merupakan situs untuk berbagi video yang sangat cocok untuk orang yang suka membuat video dan penikmat video, situs ini sangat mudah untuk diterapkan dan tanpa biaya dalam membuat akun *YouTube* (Hikmah, 2019).

Karena kemudahan berbagi informasi di media sosial seperti *YouTube*, video tersebut menjadi salah satu video yang paling banyak dibagikan oleh pengguna *YouTube*. Video-video tersebut berisi seperti film pendek yang di dalamnya berisikan pesan dakwah Islam yang tersebar di *YouTube* dan media sosial lainnya. Pendakwah menggunakan media sosial sebagai media penyiaran dakwah Islam yang mudah dijangkau. Pada saat ini mayoritas menggunakan *gadget* layaknya seperti nyawa dalam hidup. Ini menjadi peluang bagus untuk menyiarkan dakwah Islam dengan sosial media (Hikmah, 2019).

YouTube digunakan oleh banyak orang sebagai perantara dakwah. *YouTube* telah banyak digunakan sebagai media dakwah di Indonesia. Mereka bisa memulainya dengan memproduksi konten seperti film pendek dakwah yang sudah diterbitkan. Mulai dari *genre* drama, animasi dan lainnya, berbagai konten dakwah diproduksi dan disajikan sedemikian rupa. Tujuan ini hanya untuk memicu rasa penasaran di kalangan pengguna *YouTube* lainnya.

Film Maker Studio adalah salah satu akun yang memanfaatkan *YouTube* sebagai media dakwah sejak 6 September 2012. Akun *YouTube Film Maker Studio* memiliki 731 ribu *subscriber*, dalam akunnya terdapat 538 unggahan video yang isinya berupa konten film pendek dakwah dan sudah sebanyak 77.542.950 kali ditonton.

Selain *Channel Film Maker Studio* ada *Channel Teladan Creator* yang menggunakan

YouTube sebagai konten film pendek dakwah. Channel *YouTube* *Teladan Creator* memiliki *subscriber* sebanyak 589 ribu *subscriber* dengan jumlah tayangan 59.319.158 kali ditonton yang terdiri dari konten video dalam bentuk film, film Islami, film pendek inspiratif, animasi, sinematik konten, video musik positif. Dengan Tema Seputar Cinta, *Ta'aruf*, Jodoh, Pernikahan, Keluarga, Persahabatan, Motivasi dan Perjuangan Menggapai Cita-Cita. Pesan dakwah yang disampaikan dalam akun *YouTube* *Teladan Creator*.

Selain dari kalangan *Channel* religius, terdapat juga dari kalangan pemuda yang memanfaatkan *YouTube* sebagai media dakwah yaitu *Channel YouTube May I See*. Ada sebagian konten yang menyampaikan pesan dakwah yang ditujukan kepada remaja yang tentunya saat ini menjadi kelompok terbesar pengguna *YouTube*. *Channel YouTube* yang digunakan oleh *May I See* berdiri sejak 4 September 2017 sudah memiliki 2,15 juta *subscriber* dengan jumlah postingan sebanyak 292 video dengan total penayangan sebanyak 812.039.715 ditonton.

Sehingga menurut penulis, *Channel YouTube May I See* menjadi salah satu media yang tepat untuk menyampaikai pesan yang baik terutama pada kalangan remaja. Apalagi *May I See* adalah *Channel* yang memiliki karakter khusus dalam membuat film pendek dengan genre komedi dan terdapat nilai positif nya setiap konten nya. Hal ini akan menarik para remaja untuk menonton dan menikmati isi video konten *Channel YouTube May I See*. *Channel YouTube May I See* menampilkan konten video tertadapat tentang religius keagamaan yang mudah dinikmati untuk ditonton dan mengandung moral yang baik. Selain itu, genre komedi digunakan untuk menyampaikan pesan dalam materi video agar dapat dipahami oleh siapapun.

Channel YouTube May I See secara konsisten menerima banyak *like* dan *view* untuk video yang diunggahnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar *YouTube* menerima banyak

pesan sisi positif yang bisa diambil dari konten tersebut. Teori Teun A. Van Dijk mungkin bisa digunakan untuk menilai pesan-pesan nilai religius yang disebarluaskan melalui channel *YouTube May I See*. Karena pesan dakwah yang disampaikan melalui *Channel May I see* ini bersifat dialog, Teori yang dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk merupakan teori yang paling sederhana untuk menganalisis. Penulis tertarik untuk mengkaji pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh *Channel YouTube May I See* dengan judul penelitian “Gara-Gara Bok3p” dengan latar belakang yang telah dibahas di *Channel YouTube May I See*.

Peneliti tertarik untuk mempelajari bagaimana konten dewasa di zaman dunia internet dapat memengaruhi perilaku pengguna, seperti seberapa banyak konten yang cenderung mereka konsumsi atau bagaimana konten tersebut memengaruhi interaksi sosial mereka.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa tujuan pesan dakwah tentang film “Gara-gara Bok3p” di channel youtube nya?
2. Apa pesan dakwah yang terdapat pada film pendek “Gara-Gara Bok3p”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Menganalisis arah *Channel May I See* dalam menyampaikan tujuan pesan dakwahnya tentang “Gara-gara Bok3p” di video tersebut.
2. Mengetahui pesan dakwah dan kebaikan yang terdapat didalam film pendek “Gara-Gara Bok3p”.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembaca seperti:

1. Manfaat secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai bagaimana menyampaikan nilai kebaikan dalam Islam melalui film pendek melalui alur cerita komedi di media sosial khususnya *YouTube*.
2. Manfaat secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan untuk mengembangkan ide dalam pembuatan film pendek khususnya yang berisikan komedi bercampuran segi nilai Islam.