

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman, lahirnya berbagai teknologi yang menghadirkan media baru berupa media digital untuk mengakses segala informasi dan menyebarkan informasi. Internet sangat berperan dan sangat memudahkan manusia untuk mencari dan menyebarkan informasi. Internet kini dimanfaatkan sebagai salah satu media dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa umat muslim dapat menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman selama itu tidak bertentangan dengan syariat Islam. Media internet dapat memudahkan umat muslim untuk mengembangkan dakwah dan melakukan komunikasi kepada mad'u. Pentingnya memahami penggunaan teknologi dapat memudahkan umat muslim berdakwah dengan jangkauan mad'u yang lebih luas bahkan mendunia.¹ Perkembangan zaman dan teknologi telah mengalami transformasi yang luar biasa dari masa ke masa. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi aspek kehidupan manusia, tetapi juga menciptakan dampak yang signifikan terhadap berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, budaya, pendidikan, dan bahkan politik. Teknologi, yang awalnya berfokus pada alat-alat sederhana untuk mempermudah kehidupan, kini telah berkembang menjadi kekuatan yang sangat berpengaruh dalam hampir semua aspek kehidupan manusia.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, cara manusia berinteraksi dan menyebarkan informasi pun turut berubah, sehingga melahirkan bentuk komunikasi massa yang semakin canggih dan luas jangkauannya. Komunikasi massa adalah suatu

¹ Fathul Wahib, *Dakwah Melalui Internet* (Yogyakarta: Gava Media, 2004), h. 30.

komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan seorang lainnya atau lebih melalui media massa. Baik itu media cetak maupun media digital. Karakteristik dalam prosesnya, komunikasi massa bersifat lebih kompleks dan bersifat satu arah, sehingga dapat dipastikan dalam komunikasi massa ini akan mengalami berbagai hambatan dari berbagai sisi. Seiring perkembangan kehidupan, komunikasi massa berperan penting, bahkan di berbagai kegiatan tergantung pada komunikasi massa ini. Reaksi dari para komunikan atau penerima pesan terhadap suatu pesan yang disampaikan. Melalui media massa, tergantung pada bagaimana situasi dan kondisi komunikan. Akan akan dijelaskan beberapa faktor yang dapat memengaruhi komunikasi, maka akan timbul pula berbagai efek.² Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, pesan, atau gagasan dari satu pihak kepada banyak orang melalui media yang dapat menjangkau audiens secara luas. Komunikasi ini biasanya melibatkan penggunaan teknologi dan berbagai saluran media, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, film, serta media digital seperti internet dan media sosial. Tujuan utama komunikasi massa adalah untuk menyampaikan informasi atau hiburan kepada khalayak yang besar dan beragam dalam waktu yang bersamaan.

Pada era sekarang ini perkembangan teknologi sangat cepat dan sulit terbendung lagi, termasuk salah satunya adalah teknologi informasi dan komunikasi. Dengan berkembangnya teknologi ini orang bisa bertukar informasi antar kota, antar negara bahkan antar benua sekalipun.³ Perkembangan dunia komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas yang namanya

² Winda Kustiawan, 'Komunikasi Massa', *Journal Analytica Islamica*, vol 11, no 1, 2022, h. 3

³ Rizky Brilianto, *Panduan Praktis Internet Plus* (Jakarta: Puspa Swara, 2007), h. 2.

internet, dan internet tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya media sosial seperti *youtube, facebook, yahoo messenger, twitter, instagram* dan jejaring sosial lainnya. Berbagai fasilitas tersebut merupakan suatu alternatif yang efektif dalam upaya untuk menghubungkan antara individu yang satu dengan yang lain agar terjalin hubungan silaturahmi yang harmonis dan saling menguntungkan. Oleh karena itu, jejaring sosial tersebut tepat sekali sebagai sarana dalam membangun dakwah islam.

Dakwah merupakan suatu keharusan dalam rangka mengembangkan agama. Dakwah harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang yang sudah maju dalam hal teknologi maupun ilmu pengetahuan. Sebab aktivitas dakwah yang maju akan membawa pengaruh terhadap pengajuan agama dan sebaliknya aktivitas dakwah yang lesu akan berakibat pada kemunduran agama. Karena adanya hubungan timbal balik seperti itu maka dapat dimengerti jika Islam meletakkan kewajiban dakwah di atas setiap pemeluknya.

Dalam perkembangan komunikasi dakwah modern, penyampaian nilai-nilai keislaman tidak hanya dilakukan melalui media konvensional, tetapi juga melalui berbagai bentuk media massa dan digital. Di dalamnya terkandung berbagai pesan yang bertujuan membimbing, mengarahkan, dan menyadarkan masyarakat tentang pentingnya menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran agama. Pesan dakwah merupakan bentuk penyampaian nilai-nilai ajaran Islam yang mencakup tiga aspek utama, yaitu akidah (keyakinan), syariah (aturan ibadah dan muamalah), serta akhlak (perilaku dan etika), dengan tujuan utama untuk membina umat agar hidup dalam ketaatan kepada Allah dan menjauhi larangan-Nya.

Setiap pesan dakwah sering kali terkandung pula pesan moral, yaitu nilai-nilai kebaikan universal yang tidak terbatas pada ajaran agama tertentu, tetapi diterima secara umum dalam kehidupan sosial. Pesan moral ini mencakup prinsip-prinsip seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, toleransi, dan kepedulian terhadap sesama, yang bertujuan membentuk karakter dan perilaku positif dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran pesan dakwah dan pesan moral ini menjadi bagian penting dalam membangun masyarakat yang tidak hanya religius secara spiritual, tetapi juga berakhlak mulia dalam interaksi sosial.

Banyak media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk atau unsur pesan sarkasme melalui animasi. Animasi dapat dikatakan mempunyai prospek yang bagus karena animasi yang bersifat menarik (*attractive*) bisa membius dan menarik minat publik serta sesuai dengan zaman yang canggih saat ini. Dengan potensinya tersebut animasi mulai berkembang untuk sebagai media edukasi, hiburan, komedi, sarkasme maupun dakwah dan juga salah satunya animasi Tekotok yang ada pada media Youtube.

Tekotok adalah sebuah animasi yang berfokus menceritakan cerita yang singkat namun sesuai dengan kehidupan sehari-hari, juga berisikan pengetahuan, pengibaratan dan guyonan atau candaan ringan, kritikan, keresahan orang banyak, hingga perasaan pribadi dari animatornya sendiri. Animasi Tekotok memiliki keunikan yang merefleksi berbagai permasalahan sosial di Indonesia. Animasi Tekotok merupakan animasi yang dibuat oleh Beto dan Bilal pada tahun 2020. Saat Indonesia sedang berjuang melawan Covid-19, dua pemuda ini mencetuskan animasi yang didasarkan pada lelucon

kehidupan. saat ini akun Youtube Tekotok memiliki 6,53 juta subscriber dan menghasilkan 1800 video yang diupload dengan berbagai macam tema.⁴

Pemilihan episode Mama Bermasalah dan Cerita Anak Pertama sebagai objek penelitian didasarkan pada relevansi isi cerita dengan realitas kehidupan sehari-hari yang banyak dialami oleh masyarakat. Kedua episode tersebut mengangkat persoalan keluarga, tanggung jawab, dan dinamika hubungan antaranggota keluarga yang bersifat universal, sehingga mudah dipahami dan dirasakan oleh banyak orang. Selain itu, penyampaian pesan dakwah dan pesan moral dalam kedua episode ini disajikan secara naratif dan kontekstual, sehingga efektif dalam menggugah empati serta menyampaikan nilai-nilai keislaman dan kemanusiaan secara halus namun bermakna.

Animasi Tekotok yang memiliki video berjudul Mama Bermasalah di YouTube sudah ditonton 2 juta kali, pada episode Mama Bermasalah ini memiliki cerita singkat yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari apalagi pada orang yang merasakan, karna pada episode ini menceritakan seorang ibu yang tidak mengurus anaknya dari kecil namun saat anaknya sudah dewasa dan bekerja, sang ibu selalu datang ke kosan hanya setiap anaknya mendapatkan gaji dan meminta semua uang anaknya tanpa memikirkan bagaimana anaknya menghidupi kehidupan sehari-hari jika uangnya diambil semua oleh ibunya. Lalu pada episode Cerita Anak Pertama sudah ditonton 2,2 juta kali, dimana pada episode ini memiliki alur singkat yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari, episode ini menceritakan seorang anak pertama yang selalu mengeluh tiap bekerja dan merasa

⁴ Data diambil dari Akun Youtube Tekotok, diakses pada 20 April 2025, 14.06 WIB.

mempunyai beban karna harus membiayai ibu dan adiknya yang masih sekolah, anak pertama ini juga sempat meremehkan temannya yang dari sekolah ia sebut madesu yaitu masa depan suram, tapi nyatanya teman nya itu menjadi orang yang sukses memiliki bisnis. Pada dua episode tersebut memiliki banyak pesan dakwah yang dapat diambil yang nantinya akan peneliti bahas.

Oleh karena itu, berdasarkan penjabaran masalah di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih mendalam yang dituangkan dalam bentuk penelitian berjudul “Analisis Isi Pesan Dakwah pada Channel Youtube Tekotok (Episode Mama Bermasalah dan Episode Cerita Anak Pertama)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu adanya perumusan masalah, dengan perumusan masalah ini agar bisa menjawab pertanyaan yang ada. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam episode Mama Bermasalah dan episode Cerita Anak Pertama?
2. Bagaimana pesan moral yang diajarkan melalui pesan dakwah dalam episode Mama Bermasalah dan episode Cerita Anak Pertama?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam episode Mama Bermasalah dan episode Cerita Anak Pertama
2. Mengetahui pesan moral yang diajarkan melalui pesan

dakwah dalam episode Mama Bermasalah dan episode Cerita Anak Pertama

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, Peneliti berharap bahwa penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat dalam bidang teoritis maupun praktis

1. Manfaat Teoritis

Dalam bidang teoritis, Peneliti berharap agar penelitian yang dilakukan ini bisa memberi kontribusi serta mengembangkan penelitian dalam lingkup Ilmu Komunikasi khususnya pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, tentang Youtube sebagai media dakwah.

2. Manfaat Praktis

- a. Audiens: Skripsi ini dapat membantu audiens memahami pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui konten video di YouTube, khususnya dalam episode yang dianalisis. Dengan memahami isi pesan, penonton dapat menerapkan nilai-nilai yang diajarkan dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Pendakwah: Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para pendakwah untuk mengembangkan strategi penyampaian pesan yang lebih efektif melalui media digital. Dengan memanfaatkan format video yang kreatif, seperti animasi, pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan.
- c. Peneliti: Sebagai sarana untuk mengasah kemampuan analisis kritis terhadap konten dakwah di media digital,

khususnya YouTube. Penelitian ini juga memberikan pengalaman langsung dalam mengkaji pesan-pesan keagamaan melalui pendekatan ilmiah, sehingga dapat menambah wawasan peneliti mengenai strategi komunikasi dakwah yang efektif di era modern serta memperkuat keterampilan metodologis dalam penelitian kualitatif.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian ini membutuhkan penelitian awal, maka dilakukanlah penelitian awal pada hasil karya-karya terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini selanjutnya akan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya untuk menentukan bagaimana penelitian ini berbeda dari temuan tersebut. Penelitian-penelitian tersebut juga guna menjadikannya sebagai bahan rujukan untuk peneliti. Adapun penelitian yang relevan yaitu:

Pertama, Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang ditulis oleh Mumtaz Alif Saleh dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siauw*”. 2010. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian analisis isi melalui pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian analisis isi pesan dakwah dalam akun twitter felix siauw, pesan akhlak mendapat persentase tertinggi yaitu mencapai 41,4%, yang kedua yaitu pesan syariah 36,8%, dan yang terakhir pesan aqidah dengan persentase 21,8%. Persamaan pada penelitian ini terdapat pada fokus analisis isi pesan dakwah, keduanya sama-sama menelaah jenis-jenis pesan dakwah serta menggunakan pendekatan analisis isi sebagai metode penelitian. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada media dan

subjek penelitian. Mumtaz menggunakan media twitter sedangkan peneliti menggunakan media youtube, selain itu objek penelitiannya yaitu pesan dakwah dalam akun twitter felix siauw, sedangkan peneliti pesan dakwah pada channel Youtube Tekotok, dan dari segi konten perbedaan lainnya adalah karakteristik platform, Twitter lebih berbasis teks dan singkat, sedangkan YouTube menekankan pada konten audio-visual, yang memengaruhi cara pesan dakwah dikemas dan disampaikan.⁵

Kedua, Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Yang ditulis oleh Maya Muslika Handayana dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah KH Hasan Abdullah Sahal dalam Akun Youtube Gontor TV pada Tahun 2017*”. 2018. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian analisis isi melalui pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pesan dakwah didominasi oleh pesan akhlak yaitu sebesar 49,34%, yang kedua adalah pesan aqidah yaitu dengan persentase 28,95%, dan yang terakhir yaitu pesan syariah dengan persentase 21,71%. Persamaan penelitian terdapat pada objek yang digunakan yaitu analisis isi dan media yang digunakan yaitu youtube. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada subjek penelitian yaitu Isi pesan dakwah KH Hasan Abdullah Sahal pada akun youtube Gontor Tv, sedangkan peneliti yaitu isi pesan dakwah pada akun Youtube Tekotok dan dari segi konten, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Maya Muslika Handayana terletak pada bentuk penyampaian dakwah. Maya meneliti ceramah KH Hasan Abdullah Sahal yang disampaikan secara langsung dan

⁵ Mumtaz Alif Saleh, “Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siauw”, (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2010).

formal di YouTube Gontor TV, sedangkan penelitian ini menganalisis pesan dakwah yang disampaikan melalui drama pendek di channel YouTube Tekotok dengan gaya yang lebih kreatif dan naratif.⁶

Ketiga, Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Yang ditulis oleh Anis Fitriani dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun Youtube Pemuda Hijrah*”. 2018. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian analisis isi melalui pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pesan dakwah didominasi oleh pesan akidah yaitu sebesar 29,08%, yang kedua adalah pesan syariah yaitu dengan persentase 12,77%, dan yang terakhir yaitu pesan akhlak dengan persentase 58,15%. Persamaan penelitian terdapat pada objek yang digunakan yaitu analisis isi pesan dakwah. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada pendekatan yang di ambil Anis Fitriani menggunakan pendekatan Kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan pendekatan Kualitatif, dan dari segi konten, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Anis Fitriani terletak pada bentuk dan gaya penyampaian dakwah. Anis meneliti ceramah langsung Ustadz Hanan Attaki yang disampaikan secara verbal dan formal di YouTube Pemuda Hijrah, sedangkan penelitian ini menganalisis pesan dakwah dalam bentuk drama pendek yang disajikan secara naratif dan visual di channel YouTube Tekotok. Konten dalam penelitian ini lebih bersifat

⁶ Maya Muslika Handayana, “Analisis Isi Pesan Dakwah KH Hasan Abdullah Sahal dalam Akun Youtube Gontor TV pada Tahun 2017”, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Da (Placeholder1) Da (Placeholder2)kwah dan Ilmu Komunikasi, 2018).

kontekstual dan disisipkan melalui alur cerita, bukan dalam bentuk ceramah langsung.⁷

Keempat, Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Yang ditulis oleh Abdul Wafi Akbar dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Bangun Samudra Dalam Video Youtube Kajian Muallaf Hijrah Sepenuh Hati*”. 2018. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian analisis isi melalui pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini pesan dakwah yang paling dominan adalah aqidah yaitu dengan persentase 51,4%, selanjutnya pesak akhlaq menempati urutan kedua dengan persentase 31,4%. Sedangkan pesan syariah berada diurutan terakhir dengan persentase 17,2%. Persamaan penelitian terdapat pada objek yang digunakan yaitu analisis isi dan sama-sama menggunakan media youtube. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada subjek penelitian yaitu pesan dakwah Ustadz Bangun Samudra, sedangkan peneliti pesan dakwah pada akun Youtube Tekotok, dan dari segi konten, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Abdul Wafi Akbar terletak pada bentuk penyampaian pesan dakwah. Abdul Wafi meneliti ceramah langsung Ustadz Bangun Samudra dalam video kajian muallaf yang bersifat verbal dan formal, sedangkan penelitian ini menganalisis pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk drama pendek di channel YouTube Tekotok dengan gaya penyampaian yang lebih kreatif, naratif, dan kontekstual.⁸

⁷ Anis Fitriani, “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun Youtube Pemuda Hijrah”, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018).

⁸ Abdul Wafi Akbar, “Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Bangun Samudra Dalam Video Youtube Kajian Muallaf Hijrah Sepenuh Hati”, (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2018)

Berdasarkan dari penelitian-penelitian di atas, terlihat beberapa hal yang sama dan berbeda dari tiap masing-masing penelitian yang dijadikan referensi atau acuan. Tentunya penelitian ini mempunyai hal yang sama dan yang berbeda dengan penelitian lain seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Perbedaan tersebut berupa adanya objek dan subjek yang berbeda, dan persamaannya yakni berfokus terhadap media sosial.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui lebih jelas gambaran dan penjelasan yang teratur, maka skripsi ini terbagi ke dalam lima bab pembahasan. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini meliputi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI, Bab ini meliputi tentang Dakwah, Pesan Dakwah, Media Sosial, Youtube, Animasi, dan Teori Analisis Isi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, Bab ini meliputi metode penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN, Bab ini meliputi analisis isi pesan dakwah dan pesan moral melalui media sosial Youtube Tekotok pada episode Mama Bermasalah dan Episode Cerita Anak Pertama.

BAB V KESIMPULAN, Bab ini meliputi kesimpulan penelitian dan di sertai dengan saran yang berdasarkan temuan penelitian, kritik dan kesimpulan penelitian.

